

Dr. Ir. Andi Suarda. M.Si

KEWIRAUSAHAAN DALAM ISLAM



SAMBUTAN REKTOR

KEWIRAUSAHAAN DALAM ISLAM

Dr. Ir. Andi Suarda, M.Si



Alauddin University Press

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini ke dalam bentuk apapun tanpa izin tertulis dari penerbit

All Rights Reserved

KEWIRAUSAHAAN DALAM ISLAM

Penulis:
Dr. Ir. Andi Suarda, M.Si

Editor:
Irwan Misbach

Cetakan: I 2014
x + 291 halaman, 14 cm x 21 cm

ISBN : 978-602-237-807-5

Alauddin University Press
Kampus I : Jalan Sultan Alauddin No. 63 Makassar
Kampus II : Jalan Sultan Alauddin No. 36 Samata - Gowa

SAMBUTAN REKTOR

Jika engkau ingin meng"abadi", maka tinggalkanlah "Legacy"

Ungkapan di atas memberi gambaran bahwa setiap manusia hendaknya selalu melahirkan karya terbaiknya untuk dipersembahkan kepada umat. Karya itu akan menjadi sebuah *legacy* yang akan selalu diingat dan dikenang, bahkan diabadikan dalam catatan sejarah peradaban anak manusia. Jutaan bahkan milyaran anak manusia telah dan akan lahir di permukaan dunia ini, namun tidak semua mampu mencatatkan dirinya dalam kelindan sejarah yang "menyejarah". Hanya sebagian kecil anak manusia yang mampu menghadirkan dan meng"abadi"kan dirinya dalam garis lingkaran lintasan sejarah.

Dalam bingkai dan konstruksi emosional, manusia pada hakikatnya ingin abadi. Itulah sebabnya manusia ingin selalu mengabadikan momentum penting dalam ruang dan waktu yang senantiasa berubah. Mereka membuat gambar, foto, lukisan, dan sejenisnya yang seakan-akan berkeinginan menyetop waktu yang senantiasa berubah. Demikian pula aktivitas manusia membangun monumen bersejarah tidak lain tujuannya untuk mengabadikan sebuah peristiwa penting dalam sejarah peradaban manusia, bahkan Khairil Anwar berkata: *"Aku ingin hidup seribu tahun lagi"*.

Karya akademik pada hakikatnya merupakan sebuah monumen penting dalam kehidupan yang dapat menjadi *legacy*. Karya itu dapat dinikmati oleh siapa saja yang cinta terhadap pengetahuan. Karya akademik bukan sekadar sebuah tulisan yang menjadi hiasan di dalam rak, lemari atau ruang baca, tetapi dia mampu melahirkan perubahan dan memberikan pencerahan kepada manusia. Terlebih

dalam perspektif eskatologis, karya akademik dapat menjadi amal jariyah di “alam sana”.

Atas dasar kesadaran itulah, maka program Gerakan Seribu Buku (GSB) ini dilaksanakan, dengan harapan setiap dosen mampu melahirkan “*legacy*” dalam catatan kehidupannya berupa karya tulis yang dipublikasikan. Gerakan ini diharapkan menjadi “trigger” untuk melahirkan karya-karya berikutnya.

Saya merasa gembira bahwa dosen UIN Alauddin tidak saja mampu berorasi di atas mimbar, tetapi juga dapat menuangkan gagasan, ide, dan pikirannya dalam bentuk tulisan. Hingga periode akhir masa jabatan saya sebagai Rektor, program GSB ini telah tuntas dilaksanakan. Itu artinya, hingga saat ini tidak kurang dari 1000 buah karya akademik telah dipublikasikan oleh para dosen UIN Alauddin Makassar. Fakta ini harus diapresiasi dan menjadi catatan penting bagi pejabat (Rektor) berikutnya.

Karya tulis merupakan perbendaharaan terbesar di dunia akademik. Hanya dengan budaya menulis dan membaca, maka dunia akademik menjadi hidup, bahkan al-Quran mengisyaratkan bahwa lahir dan hadirnya pengetahuan serta peradaban harus diawali dengan budaya “*iqra*/baca” dan “*al-qalam*/pena”. Karena itulah, UIN sebagai kampus peradaban harus menjadi pioneer dari tradisi literasi ini, sebab rendahnya budaya “baca-tulis” pada suatu bangsa atau sebuah kampus mengindikasikan lemahnya kesadaran terhadap eksistensi diri, alam, dan Tuhan.

Samata, 2 Oktober 2014
Rektor,

Prof. Dr. H. A. Qadir Gassing, HT, MS

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas berkah, rahmat dan karunia-Nyalah maka buku ajar dengan judul **Kewirausahaan dalam Islam** ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penyusunan buku ini dilakukan oleh Dr. Ir. Andi Suarda, M.Si. Dan diberi masukan oleh teman-teman jurusan peternakan, oleh karena itu kami ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan buku ini.

Buku ini terdiri dari 16 bab yang memuat tentang potensi, ide dan peluang kewirausahaan, perencanaan, permodalan, memulai usaha dan pengembangannya, etika bisnis sampai kepada studi kelayakan usaha.

Kami menyadari bahwa dalam penyusunan buku ini masih terdapat banyak kekurangan, untuk itu kami sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan buku ajar ini.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Makassar, Agustus 2014
Penyusun

Dr. Ir. Andi Suarda, M.Si

DAFTAR ISI

Sambutan Rektor	iii
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
BAB I WIRAUSAHA DAN KEWIRAUSAHAAN ..	1
A. Wirausaha dan Kewirausahaan	1
B. Pengertian Proses Kewirausahaan	1
C. Faktor-Faktor Pemicu Kewirausahaan	4
D. Proses Kewirausahaan	4
E. Model Proses Kewirausahaan	8
F. Keuntungan dan Kerugian Wirausaha	12
G. Cara Menghindari Kegagalan dalam Berwirausaha	14
H. Ciri-Ciri Penting Tahap Permulaan dan Pertumbuhan Kewirausahaan	17
I. Langkah Menuju Keberhasilan Wirausaha	20
J. Tantangan Berwirausaha	22
BAB II PERTUMBUHAN KEWIRAUSAHAAN	23
A. Sejarah Kewirausahaan	23
B. Pengertian Kewirausahaan	25
C. Manfaat Kewirausahaan	29
D. Fungsi Kewirausahaan	32
E. Prinsip Kewirausahaan	33
BAB III POTENSI KEWIRAUSAHAAN	39
A. Potensi Diri Wirausaha	39
B. Karakteristik Wirausaha	40
C. Sikap Mental Wirausaha	43
D. Tipe Kepribadian dalam Wirausaha	47

BAB IV KARAKTERISTIK WIRAUSAHA	51
BAB V NILAI-NILAI HAKIKI KEWIRAUSAHAAN	83
A. Nilai hakiki Kewirausahaan	83
B. Berpikir Kreatif dalam Kewirausahaan	88
C. Sikap dan Kepribadian Wirausaha	92
D. Motif Berprestasi Kewirausahaan	92
E. Karakter dan Ciri Umum Kewirausahaan	9932
BAB VI IDE DAN PELUANG DALAM BERWIRAUSAHA	105
A. Ide Kewirausahaan	105
B. Sumber Gagasan bagi Produk dan Jasa Baru	109
C. Pemilihan Bidang Usaha	110
D. Bekal Pengetahuan dan Kompetensi Kewirausahaan	112
BAB VII PERENCANAAN USAHA	115
A. Perencanaan Usaha Baru	115
B. Penempatan Sumber Daya Manusia dalam Organisasi Kewirausahaan Sumber-Sumber Tenaga Kerja	118
BAB VIII MENILAI KEBUTUHAN USAHA	125
A. Menilai Kebutuhan Usaha	125
B. Bidang Usaha Kegiatan Wirausaha	129
C. Langkah untuk Memulai Usaha	130
D. Teknik dan Strategi Pemasaran bagi Usaha Baru	138
E. Cara-cara Meningkatkan Produksi dan Memperbesar Perusahaan	139
F. Keberhasilan Memulai Usaha	141
BAB IX PERMODALAN USAHA	143
A. Modal Usaha	143

	B. Pembiayaan Usaha	149
	C. Prosedur Memperoleh Modal	151
	D. Finansial	154
BAB X	BENTUK ORGANISASI WIRAUSAHA ...	183
	A. Perusahaan Perseorangan	184
	B. Firma	185
	C. Perseroan Komanditer/CV	186
	D. Perseroan Terbatas	188
	E. Koperasi	192
	F. Bentuk Kerjasama Usaha yang Lain	196
BAB XI	MEMULAI USAHA BARU DAN MODEL PENGEMBANGANNYA	199
	A. Strategi Memasuki Usaha Baru	199
	B. Profil Usaha Kecil	210
	C. Pengembangan Usaha Kecil	213
BAB XII	ETIKA BISNIS	217
	A. Pengertian Etika Bisnis	217
	B. Pentingnya Etika Bisnis	218
	C. Prinsip-Prinsip Etika dan Perilaku Bisnis	220
	D. Etika Bisnis yang Islami	225
BAB XIII	KOMPETENSI INTI DAN STRATEGI BERSAING DALAM KEWIRAUSAHAAN	229
	A. Kompetensi Inti Kewirausahaan	229
	B. Strategi Bersaing dalam Kewirausahaan	232
	C. Teori Strategi Generik dan Keunggulan Bersaing	240
BAB XIV	PASAR DAN PEMASARAN	247
	A. Pasar	247
	B. Pemasaran	253
BAB XV	RENCANA PEMASARAN	259
	A. Konsep Pemasaran	261

B. Mengutamakan Pelanggan	263
C. Komponen <i>Marketing Concept</i>	266
D. Pertanyaan Pokok dalam Pemasaran	268
E. Rencana Pemasaran	269
F. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	272
BAB XVI STUDI KELAYAKAN USAHA	279
A. Pengertian Studi Kelayakan Usaha	279
B. Proses dan Tahap Studi Kelayakan	283
C. Aspek-aspek dalam Penilaian SKU	284
DAFTAR PUSTAKA	289

BAB I

WIRAUSAHA DAN KEWIRAUSAHAAN

A. Wirausaha dan Kewirausahaan

Secara sederhana arti wirausaha (entrepreneur) adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Secara luas, arti wirausaha adalah orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menangkap kesempatan usaha, mengumpulkan sumber daya (resources) yang dibutuhkan untuk mengambil keuntungan dan tindakan yang tepat guna memastikan keberhasilan.

Peter F. Drucker mengatakan bahwa kewirausahaan merupakan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (ability to create the new and different). Sementara itu Zimmerer mengartikan kewirausahaan sebagai suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (usaha).

B. Pengertian Proses Kewirausahaan

Proses adalah urutan pelaksanaan atau kejadian yang terjadi secara alami atau didesain, mungkin menggunakan waktu, ruang, keahlian atau sumber daya lainnya, yang menghasilkan suatu hasil. Suatu proses mungkin dikenali oleh perubahan yang diciptakan terhadap sifat-sifat dari satu atau lebih objek di bawah pengaruhnya. Menurut Ibnu Soejono dan Roopke, proses kewirausahaan atau tindakan kewirausahaan (Entrepreneurial action) merupakan fungsi dari:

- a. Property Right (PR) atau kepemilikan
- b. Competency/ability (C) atau kemampuan/kompetensi

- c. Incentive (I) atau insentif
- d. External Environment (E) atau lingkungan

Kewirausahaan pada hakikatnya adalah sifat, ciri, dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif.

Menurut Carol Noore yang dikutip oleh Bygrave, proses kewirausahaan diawali dengan adanya inovasi. Inovasi tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor baik yang berasal dari pribadi maupun di luar pribadi, seperti pendidikan, sosiologi, organisasi, kebudayaan dan lingkungan. Faktor-faktor tersebut membentuk "locus of control", kreativitas, keinovasian, implementasi, dan pertumbuhan yang kemudian berkembang menjadi wirausahawan yang besar. Secara internal, keinovasian dipengaruhi oleh faktor yang berasal dari individu, seperti *locus of control*, toleransi, nilai-nilai, pendidikan, pengalaman. Sedangkan faktor yang berasal dari lingkungan yang memengaruhi diantaranya model peran, aktivitas, dan peluang. Oleh karena itu, inovasi berkembang menjadi kewirausahaan melalui proses yang dipengaruhi lingkungan, organisasi, dan keluarga.

Proses kewirausahaan meliputi hal-hal yang lebih dari sekedar melaksanakan kegiatan pemecahan masalah dalam sebuah posisi manajemen. Seorang wirausaha perlu mencari, mengevaluasi serta mengembangkan peluang-peluang dengan jalan mengatasi sejumlah kekuatan yang menghalangi penciptaan sesuatu hal yang baru.

Proses aktual itu sendiri memiliki empat fase khusus, yaitu:

1) Identifikasi dan Evaluasi Peluang Yang Ada

Evaluasi peluang merupakan elemen yang paling kritis dari proses kewirausahaan karena memungkinkan seorang wirausaha apakah produk atau servis khusus dapat menghasilkan hasil yang diperlukan untuk sumber-sumber yang bermanfaat bagi seorang wirausaha guna mengidentifikasi peluang-peluang bisnis:

- a) para konsumen
 - b) serikat dagang
 - c) para anggota sistem distribusi
 - d) orang-orang yang berkecimpung dalam bidang teknik
- 2) Kembangkan Rencana Bisnis
- Dalam hal mempersiapkan rencana bisnis adalah penting untuk memahami persoalan-persoalan inti yang terlibat di dalamnya. Karakteristik-karakteristik dan besarnya segmen pasar, syarat-syarat produksi, rencana finansial, rencana organisasi, dan syarat finansial.
- 3) Sumber-sumber Daya Yang Diperlukan
- Sumber-sumber daya yang diperlukan untuk mewujudkan peluang yang ada perlu di ketahui proses tersebut diawali dengan tindakan penilaian sumber-sumber daya wirausaha yang dimiliki. Dalam konteks ini bukn saja perlu diidentifikasi para pensuplai alternatif sumber-sumber daya tersebut. Tetapi pula kebutuhan serta keinginan mereka. Melalui pemahaman kebutuhan para pensuplai sumber-sumber daya tersebut, seorang wirausaha dapat menstruktur sebuah persetujuan (a deal) yang memungkinkannya mendapatkan sumber-sumber daya tersebut dengan biaya serendah mungkin.
- 4) Laksanakan Manajemen Usaha Tersebut
- Setelah sumber-sumber daya dicari, maka sang wirausaha perlu mengaktifkannya melalui implementasi rencana bisnisnya. Hal tersebut mencakup kegiatan yang mengimplementasi sebuah gaya dan struktur manajemen. Winardi, *Entrepreneur& Entrepreneurship* (188-193).

C. Faktor-faktor Pemicu Kewirausahaan

David C. McClelland (1961:207), mengemukakan bahwa kewirausahaan (*entrepreneurship*) ditentukan oleh motif berprestasi (*achievement*), optimisme (*optimism*), sikap-sikap nilai (*value attitude*) dan status kewirausahaan

(entrepreneurial status) atau keberhasilan. Sedangkan menurut Ibnu Soedjono dan Roopke, proses kewirausahaan atau tindakan kewirausahaan (entrepreneurial action) merupakan fungsi dari property right (PR), competency/ability(C), incentive(I), dan external environment (E). Perilaku kewirausahaan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor-faktor itu adalah hak kepemilikan (property right, PR), kemampuan/kompetensi (competency/ability, C), dan insentif (incentive), sedangkan faktor eksternalnya meliputi lingkungan (environment, E). Kemampuan berwirausaha (entrepreneurial) merupakan fungsi dari perilaku kewirausahaan dalam mengkombinasikan kreativitas, inovasi, kerja keras, keberanian menghadapi risiko untuk memperoleh peluang.

D. Proses Kewirausahaan

Menurut Srie Sulastri (2008), pengembangan kewirausahaan diawali dari proses sebagai berikut :

1. Proses Inovasi

Pengertian inovasi:

- Inovasi adalah proses menemukan dan mengimplementasikan sesuatu yang baru ke dalam situasi yang baru.
- Inovasi adalah memikirkan dan melakukan sesuatu yang baru yang menambah atau menciptakan nilai-nilai manfaat (sosial/ekonomi) (Gde Raka, 2001)

Faktor yang mendorong terjadinya inovasi, yaitu keinginan berprestasi, adanya sifat penasaran, keinginan menanggung risiko, dan pengalaman

2. Proses Pemicu

Faktor personal yang mendorong dalam artian memicu atau memaksa seseorang untuk terjun ke dunia bisnis adalah :

- Adanya ketidakpuasan terhadap pekerjaan yang sekarang.
- Adanya PHK atau tidak ada pekerjaan lain
- Dorongan karena faktor usia
- Keberanian menanggung resiko.
- Komitmen atau minat yang tinggi terhadap bisnis.

Faktor-faktor lingkungan yang mendorong menjadi pemicu bisnis adalah :

- Adanya persaingan dalam dunia kehidupan
- Adanya sumber-sumber yang bisa dimanfaatkan
- Mengikuti latihan-latihan atau incubator bisnis
- Kebijakan pemerintah, misalnya adanya kemudahan-kemudahan dalam lokasi berusaha ataupun fasilitas kredit, dan bimbingan usaha.

Faktor-faktor sosiologi yang menjadi pemicu serta pelaksanaan bisnis :

- Adanya hubungan- hubungan atau relasi dengan orang lain
- Adanya tim yang dapat diajak kerjasama dalam berusaha
- Adanya dorongan dari orang tua untuk membuka usaha
- Adanya bantuan keluarga dalam berbagai kemudahannya
- Adanya pengalaman-pengalaman dalam dunia bisnis sebelumnya

3. Proses Pelaksanaan

Faktor yang mendorong pelaksanaan dari sebuah bisnis yaitu kesiapan mental wirausaha secara total, adanya manajer sebagai pelaksana kegiatan, adanya komitmen yang tinggi terhadap bisnis, dan adanya visi jauh kedepan untuk mencapai keberhasilan.

Faktor penyebab wirausaha berhasil adalah:

- a. Kemampuan dan kemauan
- b. Tekad yang kuat dan kerja keras
- c. Kesempatan dan peluang

Menurut Zimmerer (dalam Suryana, 2003 : 44-45) faktor penyebab wirausaha gagal menjalankan usaha barunya adalah:

- a. Tidak kompeten dalam manajerial
Tidak kompeten atau tidak memiliki kemampuan dan pengetahuan mengelola usaha merupakan faktor penyebab utama yang membuat perusahaan kurang berhasil.
- b. Gagal dalam perencanaan
Perencanaan merupakan titik awal dari suatu kegiatan, sekali gagal dalam perencanaan maka akan mengalami kesulitan dalam pelaksanaan.
- c. Lokasi yang kurang memadai
Lokasi usaha yang strategis merupakan faktor yang menentukan keberhasilan usaha. Lokasi yang tidak strategis dapat mengakibatkan perusahaan sukar beroperasi karena kurang efisien.
- d. Kurang berpengalaman, baik itu kemampuan teknik, memvisualisasikan usaha, mengkoordinasikan, mengelola sumber daya, keterampilan mengelola sumber daya manusia, maupun kemampuan mengintegrasikan operasi perusahaan.
- e. Kurang dapat mengendalikan keuangan
Agar perusahaan dapat berhasil dengan baik, faktor yang paling utama dalam keuangan adalah memelihara aliran kas. Mengatur pengeluaran dan penerimaan secara cermat. Kekeliruan memelihara aliran kas menyebabkan operasional perusahaan dan mengakibatkan perusahaan tidak lancar
- f. Kurangnya pengawasan peralatan

Pengawasan erat berhubungan dengan efisiensi dan efektivitas. Kurang pengawasan mengakibatkan penggunaan alat tidak efisien dan tidak efektif.

- g. Sikap yang kurang sungguh-sungguh dalam berusaha

Sikap yang setengah-setengah terhadap usaha akan mengakibatkan usaha yang dilakukan menjadi labil dan gagal. Dengan sikap setengah hati, kemungkinan gagal menjadi besar

- h. Ketidakmampuan dalam melakukan peralihan/transisi kewirausahaan

Wirausaha yang kurang siap menghadapi dan melakukan perubahan, tidak akan menjadi wirausaha yang berhasil. Keberhasilan dalam berwirausaha hanya bisa diperoleh apabila berani mengadakan perubahan dan mampu membuat peralihan setiap waktu.

Potensi yang membuat seseorang mundur dari kewirausahaan:

- o Pendapatan yang tidak menentu
- o Kerugian akibat hilangnya modal investasi
- o Perlu kerja keras dan waktu yang lama
- o Kualitas kehidupan yang tetap rendah meskipun usahanya mantap

4. Proses Pertumbuhan

Proses pertumbuhan didorong factor organisasi, yaitu adanya tim yang kompak dalam menjalankan usaha, adanya strategi yang mantap, adanya struktur dan budaya organisasi yang baik dan adanya produk yang menjadi unggulan.

Faktor lingkungan yang mendorong implementasi dan pertumbuhan bisnis adalah sebagai berikut

- Adanya unsur persaingan yang cukup menguntungkan. Dunia persaingan saat ini sangat kejam.
- Adanya konsumen dan pemasok barang yang kontinu
- Adanya bantuan dari pihak investor bank yang memberikan fasilitas keuangan
- Adanya sumber-sumber yang tersedia, yang masih bisa dimanfaatkan
- Adanya kebijakan pemerintah yang menunjang berupa peraturan bidang ekonomi yang menguntungkan.

Pada umumnya proses pertumbuhan kewirausahaan pada usaha kecil memiliki tiga ciri penting:

- a. Tahap imitasi dan duplikasi
- b. Tahap duplikasi dan pengembangan
- c. Tahap menciptakan sesuatu yang baru dan beda.

Proses kewirausahaan meliputi hal-hal yang lebih dari sekedar melaksanakan kegiatan pemecahan masalah dalam sebuah posisi manajemen. Seorang wiausaha perlu mencari, mengevaluasi serta mengembangkan peluang-peluang dengan jalan mengatasi sejumlah kekuatan yang menghalangi penciptaan sesuatu hal yang baru. Proses aktual itu sendiri memiliki empat fase khusus, yaitu:

1) Identifikasi dan Evaluasi Peluang Yang Ada

Evaluasi peluang merupakan elemen yang paling kritikal dari proses kewirausahaan karena memungkinkan seorang wirausaha apakah produk atau servis khusus dapat menghasilkan hasil yang diperlukan untuk sumber-sumber yang bermanfaat bagi seorang wirausaha guna mengidentifikasi peluang-

peluang bisnis:

a) para konsumen

b) serikat dagang

c) para anggota sistem distribusi

d) orang-

orang yang berkecimpung dalam bidang teknik

2) Kembangkan Rencana Bisnis

Dalam hal mempersiapkan rencana bisnis adalah penting untuk memahami persoalan-persoalan inti yang terlibat di dalamnya. Karakteristik-karakteristik dan besarnya segmen pasar, syarat-syarat produksi, rencana finansial, rencana organisasi, dan syarat finansial.

3) Sumber-sumber Daya yang Diperlukan

Sumber-sumber daya yang diperlukan untuk mewujudkan peluang yang ada perlu di ketahui proses tersebut diawali dengan tindakan penilaian sumber-sumber daya wirausaha yang dimiliki. Dalam konteks ini buakn saja perlu diidentifikasi para pensuplai alternatif sumber-sumber daya tersebut. Tetapi pula kebutuhan serta keinginan mereka. Melalui pemahaman kebutuhan para pensuplai sumber-sumber daya tersebut, seorang wirausaha dapat menstruktur sebuah persetujuan (a deal) yang memungkinkannya mendapatkan sumber-sumber daya tersebut dengan biaya serendah mungkin.

4) Laksanakan Manajemen Usaha Tersebut

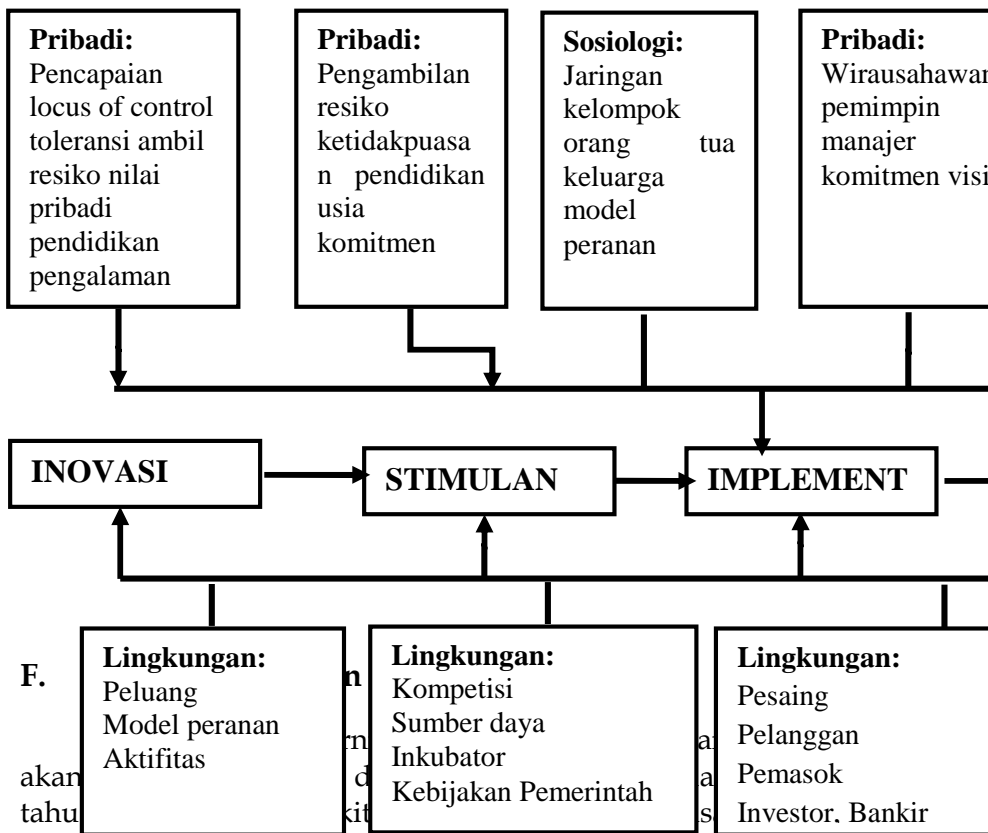
Setelah sumber-sumber daya dicari, maka sang wirausaha perlu mengaktifkannya melalui implementasi rencana bisnisnya. Hal tersebut mencakup kegiatan yang mengimplementasi sebuah gaya dan struktur manajemen.

E. Model Proses Kewirausahaan

Kewirausahaan diawali dengan adanya inovasi, didukung oleh kejadian pemicu, di implementasikan, dan akhirnya tumbuh berkembang. Proses kewirausahaan diawali

dengan adanya inovasi. Inovasi adalah kegiatan kreatif untuk menciptakan suatu konsep yang baru untuk keperluan baru untuk diwujudkan dan diimplementasikan menjadi bisnis yang sukses. Inovasi adalah suatu fungsi khusus dari kewirausahaan, kegiatan yang membawa sumber daya dengan kapasitas baru untuk menciptakan kesejahteraan.

Model proses kewirausahaan menurut Carol Noore



Bardasarkan Firman Allah dalam surat Luqman ayat 34:

مَاذَا نَفْسٌ تَدْرِي وَمَا الْأَرْضُ حَامِي مَا وَيَعْلَمُ الْغَيْثُ وَيَنْزِلُ السَّاعَةَ عَلَّمَ عِنْدَهُ اللَّهُ إِنَّ
 خَيْرٌ عِلْمُهُ اللَّهُ إِنْ تَمُوتُ أَرْضِي بِأَيِّ نَفْسٍ تَدْرِي وَمَا عَدَا تَكْسِبُ ﴿١١﴾

Artinya : Sesungguhnya Allah, hanya pada sisi-Nya sajalah pengetahuan tentang hari Kiamat; dan Dia-lah yang menurunkan hujan, dan mengetahui apa yang ada dalam rahim. dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui (dengan pasti) apa yang akan diusahakannya besok. dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui di bumi mana Dia akan mati. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal.

Dalam ayat di atas di jelaskan bahwa manusia itu tidak dapat mengetahui dengan pasti apa yang akan diusahakannya besok atau yang akan diperolehnya, Namun demikian mereka diwajibkan berusaha. Dengan demikian, untung atau rugi akan senantiasa menjadi sesuatu yang harus diperhitungkan oleh setiap usahawan atau kalangan pebisnis. Ayat tersebut juga merupakan salah satu ayat yang menjelaskan pentingnya manajemen risiko dalam kacamata Ekonomi Islam. Namun sebenarnya, kalangan pebisnis tidak perlu khawatir tentang untung rugi ini karena Allah sendiri bersedia menunjukkan jalan agar usaha kita senantiasa dilimpahi keuntungan dan keberkahan.

Langkah Menuju Keberhasilan Wirausaha

- Memiliki ide atau visi bisnis yang jelas.
- Kemauan dan keberanian untuk menghadapi resiko baik waktu maupun uang.
- Membuat perencanaan usaha, mengorganisasikan, dan menjalankannya.

- Mengembangkan hubungan, baik dengan mitra usaha maupun dengan semua pihak yang terkait dengan kepentingan perusahaan.

Keuntungan Kewirausahaan

1. Otonomi
pengelolaan yang 'merdeka' membuat wirausaha menjadi seorang 'boss' yang penuh kepuasan
2. Tantangan awal dan motif berprestasi
Tantangan awal dan motif berprestasi merupakan pendorong yang baik dan berpeluang untuk mengembangkan konsep usaha yang menghasilkan keuntungan
3. Kontrol Finansial
Bebas dalam mengelola keuangan dan merasa sebagai kekayaan milik sendiri yang dapat diaturnya.
4. Imbalan berupa laba.
Bebas dari batasan gaji standar untuk pekerjaan distandardisasikan. Wirausaha mengharap hasil yang tidak hanya mengganti kerugian waktu dan uang yang mereka investasikan, tapi juga memberikan imbalan yang pantas bagi risiko dan inisiatif yang mereka ambil dalam mengoperasikan bisnis mereka sendiri. Tidaklah mengejutkan imbalan berupa laba adalah motivasi yang lebih kuat dari wirausaha tertentu.
5. Imbalan berupa kebebasan
Bebas dari pengawasan dan aturan birokrasi organisasi, Kebebasan untuk menjalankan secara bebas perusahaannya merupakan imbalan lain dari seorang wirausaha. Kenyataannya banyak wirausaha tidak mengutamakan fleksibilitas di satu sisi saja. Akan tetapi, wirausaha pada umumnya menghargai kebebasan yang ada dalam karir kewirausahaan.

Mereka dapat mengerjakan urusan mereka dengan cara sendiri.

6. Imbalan berupa kebebasan menjalani hidup
Bebas dari rutinitas, kebosana dan pekerjaan yang tidak menantang. Wirausaha sering kali menyatakan kepuasan yang mereka dapatkan dalam menjalankan bisnisnya sendiri. Kenikmatan yang mereka dapatkan mungkin berasal dari kebebasan mereka, tapi pada kenikmatan tersebut merefleksikan pemenuhan kerja pribadi pemilik pada barang dan jasa perusahaan

Kerugian Kewirausahaan

1. Pengorbanan Personal
Pada awalnya wirausaha harus bekerja dalam waktu lama dan sibuk, sedikit waktu untuk keluarganya dan relaksasi
2. Beban Tanggung Jawab
Wirausaha harus mengelola semua fungsi bisnis, baik pemasaran, keuangan, personal maupun pengadaan dan pelatihan
3. Margin Keuntungan yang Kecil dan Kemungkinan Gagal
Wirausaha yang menggunakan modal sendiri, maka profit margin yang diperoleh relatif kecil dan ada kemungkinan gagal.

G. Cara Menghindari Kegagalan dalam Berwirausaha

Kita telah melihat alasan-alasan yang paling umum di balik kegagalan berwirausaha. Sekarang kita harus mempelajari cara menghindari dari kegagalan dan memperoleh wawasan mengenai hal-hal yang membuat suatu usaha tersebut dapat berhasil. Saran-saran untuk keberhasilan berasal dari sebab-sebab kegagalan.

1. Mengenali Bisnis Anda Secara Mendalam. Kita memerlukan pengalaman yang relevan dalam bisnis yang

akan didirikan. Dapatkan pendidikan terbaik yang mungkin diperoleh di bisnis itu sebelum membuka bisnis sendiri. Baca segala macam yang mungkin misalnya, majalah bisnis, jurnal niaga, dan segala sesuatu yang berhubungan dengan bisnis yang akan dimasuki. Hubungan pribadi dengan pemasok, pelanggan, perkumpulan bisnis, dan kegiatan lainnya dalam industri yang sama adalah cara lain yang baik untuk memperoleh pengetahuan itu.

2. Menembangkan Rencana Bisnis yang Matang. Untuk wirausahawan yang baru, rencana bisnis yang ditulis dengan baik adalah resep yang sangat penting untuk keberhasilan bisnis. Tanpa rencana bisnis yang matang, perusahaan berjalan tanpa arah yang jelas. Namun para wirausahawan, yang cenderung menjadi orang yang cepat bertindak, sering kali langsung lompat ke suatu usaha bisnis tanpa meluangkan waktu untuk menyiapkan rencana tertulis yang meluangkan pokok-pokok kegiatan bisnisnya. Tetapi rencana bisnis yang seksama dan informasi keuangan yang tepat merupakan hal yang kritis. Ini semua akan membantu dalam mengambil keputusan yang penting mengenai bisnis. dan harus terus menerus memantau apa yang telah dicapai sesuai yang telah direncanakan.

3. Mengelola Sumber Daya Keuangan. Pertahanan terbaik dalam menghadapi persoalan keuangan adalah dengan mengembangkan sistem informasi keuangan dan kemudian menggunakan informasi tersebut untuk pengambilan-pengambilan keputusan bisnis. Tidak ada wirausahawan yang dapat mengendalikan bisnisnya tanpa mengetahui kesehatan bisnisnya. Langkah pertama dalam mengelola bisnis secara efektif adalah dengan memiliki modal permulaan yang cukup. Terlalu banyak wirausahawan yang memulai bisnis dengan modal yang

terlalu kecil. Sedangkan sumber daya yang paling berharga untuk bisnis kecil adalah uang tunai. Memang menghasilkan laba itu penting untuk dapat bertahan dalam jangka panjang, tetapi sebuah perusahaan harus cukup memiliki uang untuk membayar tagihan dan kewajiban lainnya. Beberapa wirausahawan mengandalkan pertumbuhan penjualan untuk menutupi kebutuhan dana perusahaan, tetapi hal ini hampir tidak pernah terjadi. Perusahaan yang sedang tumbuh biasanya memerlukan lebih banyak uang tunai daripada yang dihasilkannya dan semakin meningkatannya, semakin banyak pula menghabiskan uang.

4. Memahami Laporan Keuangan. Setiap pemilik bisnis harus mengandalkan catatan dan laporan keuangan untuk mengetahui kondisi keuangan bisnisnya. Hampir selalu catatan-catatan ini hanya digunakan untuk keperluan pajak dan tidak dimanfaatkan sebagai alat pengendali yang vital. Untuk benar-benar mengenal apa yang terjadi dalam bisnis, seorang wirausaha paling tidak harus mempunyai pemahaman dasar mengenai akuntansi dan keuangan. Apabila dianalisa dan ditafsirkan dengan benar, laporan-laporan keuangan ini merupakan indikator-indikator yang dapat dipercaya mengenai kesehatan perusahaan kecil. Laporan-laporan ini cukup membantu dalam memberi peringatan adanya masalah. Sebagai contoh, penurunan penjualan, tidak tercapainya laba, membengkaknya utang, dan menyusutnya modal kerja, yang semoanya merupakan gejala adanya masalah yang berpotensi mematikan yang membutuhkan perhatian segera.

5. Belajar Mengelola Manusia Secara Efektif. Tidak menjadi soal apa jenis bisnis yang akan dilakukan, tetapi harus dapat mempelajari cara mengelola manusia. Setipa bisnis tergantung pada landasan karyawan yang terlatih

baik dan termotivasi. Tidak ada pemilik bisnis dapat mengerjakan segala sesuatunya sendirian. Orang-orang yang diperkerjakan oleh sang wirausahawan pada akhirnya akan menentukan seberapa jauh perusahaan akan berkembang atau seberapa jauh perusahaan akan jatuh. Meskipun demikian, merekrut dan mempertahankan suatu korps karyawan yang bermutu bukanlah tugas yang mudah. Persoalan ini selalu merupakan tantangan bagi setiap pemilik bisnis.

6. Menjaga Kondisi Diri. Keberhasilan suatu bisnis akan tergantung pada keberadaan dan perhatian secara terus-menerus, oleh sebab itu seorang wirausahawan perlu memantau kesehatan diri dengan cermat.

H. Ciri-ciri Penting Tahap Permulaan dan Pertumbuhan Kewirausahaan

Pada umumnya proses pertumbuhan kewirausahaan berkembang melalui tiga proses, yaitu:

(1) Proses imitasi dan duplikasi (*imitating and duplicating*). Pada tahap ini, wirausaha mulai meniru ide-ide orang lain, misalnya: memulai usaha barunya diawali dengan meniru usaha orang lain, dalam menciptakan jenis barang yang dihasilkan meniru yang sudah ada.

(2) Proses duplikasi dan pengembangan (*duplicating and development*). Pada tahap ini, wirausaha mulai mengembangkan ide barunya. Dalam tahap duplikasi produksi, wirausaha mulai mengembangkan produksinya melalui diversifikasi dan diferensiasi dengan model sendiri.

(3) Proses penciptaan (*creating*) atau disebut proses inovasi dan kreasi yang diawali dengan teknik produksi baru, mencari bahan baku baru, organisasi usaha baru, dan metode pemasaran baru seperti halnya proses inovasi dari schumpeter(1934) .

(4) Dilihat prosesnya, Zimmerer (1996: 15-16) membagi tahap perkembangan wirausaha menjadi dua, yaitu: (a) Tahap awal (perintisan) (b) Tahap pertumbuhan

Konsep manajemen islam menjelaskan bahwa setiap manusia (bukan hanya organisasi) hendaknya memperhatikan apa yang telah diperbuat pada masa yang lalu untuk merencanakan hari esok. Dalam Al-Qur'an surat Al-Hasyr: 18, Allah swt. Berfirman :

رَأَى اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ وَاتَّقُوا الْغَدِيقَ ۖ مَتَّ مَّا نَفْسٌ وَلْتَنْظُرِ اللَّهُ اتَّقُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا

تَعْمَلُونَ بِمَا خَبِ

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.

Pada ayat di atas di jelaskan bahwa sebagai pengusaha yang pemula kita harus harus memiliki perencanaan kedepannya. Karena Perencanaan merupakan bagian penting dari sebuah kesuksesan. Tak dapat dibayangkan jika seseorang berhasil tanpa perencanaan. Pun seandainya berhasil, maka keberhasilan yang diperoleh mungkin bersifat semu. Sesuatu yang melalu perencanaan, walaupun dalam kenyataannya tidak 100 % sesuai dengan harapan, tetapi sebenarnya kemampuan merencanakan yang telah di lakukan juga merupakan sebuah hasil yang patut diberikan penghargaan

I. Langkah Menuju Keberhasilan Wirausaha

Untuk menjadi wirausaha yang sukses, pertama-tama harus memiliki ide atau visi bisnis (*business vision*) yang

jelas, kemudian ada kemauan dan keberanian untuk menghadapi risiko baik waktu maupun uang. Apabila ada kesiapan dalam menghadapi risiko, langkah berikutnya adalah membuat perencanaan usaha, mengorganisasikan dan menjalankannya. Agar usaha berhasil, selain harus kerja keras sesuai urgensinya, wirausaha harus mampu mengembangkan hubungan, baik dengan mitrausaha maupun dengan semua pihak yang terkait dengan kepentingan perusahaan.

. Dalam mengidentifikasi jiwa wirausaha ada beberapa aspek yang mempengaruhi yaitu:

- a) Lebih suka risiko yang moderet
- b) Menyenangi pekerjaan yang berkaitan dengan proses mental dengan tujuan utama adalah pencapaian prestasi.
- c) Locus of control internal. Individu yang memiliki locus of control internal adalah individu yang memiliki inisiatif tinggi, suka bekerja, berusaha mengatasi masalah dengan mencari akar penyebabnya secara efektif.
- d) Kemampuan inovasi dan kreatifitas. Kreatifitas lebih mengacu kepada idea origination, sedangkan inovasi lebih kepada idea implementation. Sebagai inovator, seorang wirausaha tdk harus memakai ide sendiri, tetapi dengan kepekaan yang tinggi dan kemampuan analisis yang baik mampu menggabungkan dan memakai ide yang telah menjadi sesuatu yang bermanfaat.
- e) Cenderung berpikir panjang, memiliki potensi melakukan visi yang jauh ke depan. Wirausahawan harus bersifat impulsif, bukan atas dorongan sesaat dan keberhasilan hanya pada jangka pendek. Akan tetapi, wirausaha

memiliki perencanaan yang seksama serta kendali diri yang fleksibilitas terhadap perubahan lingkungan.

f) Kemandirian. Wirausaha adalah seorang yang merdeka lahir batin, lebih suka bekerja atas kemampuan sendiri. Kemandirian ini didukung dengan kepedulian pada orang lain yang berada pada lingkungan, menerima kritik dan saran dari orang lain.

Faktor-faktor yang mempengaruhi jiwa kewirausahaan adalah:

1) Intelegensi .Yaitu kemampuan individu secara sadar untuk menyesuaikan pemikirannya terhadap tuntutan baru, yaitu penyesuaian mental terhadap masalah dan keadaan baru. Intelegensia terkait dengan pemecahan masalah perencanaan, pengejaran prestasi yang sangat berarti membuka jiwa wirausaha.

2) Latar belakang budaya. Manusia tidak lepas dari lingkungan sekitar, sehingga mereka secara tidak langsung dibatasi oleh norma/nilai budaya setempat.Kebudayaan adalah cara manusia membentuk dan menentukan perilaku manusia.

3) Jenis kelamin. Pria dilambangkan agresif, independensi, ambisius, sedangkan wanita dilambangkan sensitif, kooperatif, dan intuitif.

4) Tingkat pendidikan

5) Usia

6) Pola asuh keluarga

J. Tantangan Berwirausaha

Memulai dan mengoperasikan bisnis biasanya memerlukan kerja keras, menyita banyak waktu dan membutuhkan kekuatan emosi. Wirausaha mengalami tekanan pribadi yang tidak menyenangkan seperti kebutuhan untuk

menginvestasikan lebih banyak waktu dan tenaganya. Kemungkinan gagal dalam bisnis adalah ancaman yang selalu ada bagi wirausaha. Wirausaha harus menerima berbagai risiko yang berhubungan dengan kegagalan bisnis. Tak seorang pun yang ingin gagal, tetapi selalu ada kemungkinan bagi orang yang memulai suatu bisnis.

BAB II

PERTUMBUHAN KEWIRAUSAHAAN

A. Sejarah Kewirausahaan

Wirausaha secara historis sudah dikenal sejak diperkenalkan oleh **Richard Castillon** pada tahun 1755 Di luar negeri, istilah kewirausahaan telah dikenal sejak abad 16, sedangkan di Indonesia baru dikenal pada akhir abad 20. Beberapa istilah wirausaha seperti di Belanda dikenadengan *ondernemer*, di Jerman dikenal dengan *unternehmer*. Pendidikan kewirausahaan mulai dirintis sejak 1950-an di beberapa negara seperti Eropa, Amerika, dan Kanada. Bahkan sejak 1970-an banyak universitas yang mengajarkan kewirausahaan atau manajemen usaha kecil. Pada tahun 1980-an, hampir 500 sekolah di Amerika Serikat memberikan pendidikan kewirausahaan. Di Indonesia, kewirausahaan dipelajari baru terbatas pada beberapa sekolah atau perguruan tinggi tertentu saja. Sejalan dengan perkembangan dan tantangan seperti adanya krisis ekonomi, pemahaman kewirausahaan baik melalui pendidikan formal maupun pelatihan-pelatihan di segala lapisan masyarakat kewirausahaan menjadi berkembang.

Sejarah kewirausahaan dapat dibagi dalam beberapa periode:

1. Periode awal

Sejarah kewirausahaan dimulai dari periode awal yang dimotori oleh **Marcopolo**. Dalam masanya, terdapat dua pihak yakni pihak pasif dan pihak aktif. Pihak pasif bertindak sebagai pemilik modal dan mereka mengambil keuntungan yang sangat banyak terhadap pihak aktif. Sedangkan pihak aktif adalah pihak yang menggunakan modal tersebut untuk

berdagang antara lain dengan mengelilingi lautan. Mereka menghadapi banyak resiko baik fisik maupun sosial akan tetapi keuntungan yang diperoleh sebesar 25%.

2. Abad pertengahan

Kewirausahaan berkembang di periode pertengahan, pada masa ini wirausahawan dilekatkan pada aktor dan seorang yang mengatur proyek besar. Mereka tidak lagi berhadapan dengan resiko namun mereka menggunakan sumber daya yang diberikan, yang biasanya yang diberikan oleh pemerintah. Tipe wirausahaawan yang menonjol antara lain orang yang bekerja dalam bidangarsitektural.

3. Abad 17

Di abad 17, seorang ekonom, **Richard Cantillon**, menegaskan bahwa seorang wirausahawan adalah seorang pengambil resiko, dengan melihat perilakumereka yakni membeli pada harga yang tetap namun menjual dengan harga yangtidak pasti. Ketidakpastian inilah yang disebut dengan menghadapi resiko.

4. Abad 18

Berlanjut di abad ke 18, seorang wirausahawan tidak dilekatkan pada pemilikmodal, tetapi dilekatkan pada orang-orang yang membutuhkan modal. Wirausahawanakan membutuhkan dana untuk memajukan dan mewujudkan inovasinya. Pada masaitu dibedakan antara pemilik modal dan wirausahawan sebagai seorang penemu.

5. Abad 19

Sedangkan di abad ke 19 dan 20, wirausahawan didefinisikan sebagai seseorang yang

mengorganisasikan dan mengatur perusahaan untuk meningkatkan pertambahan nilai personal.

6. Abad 20

Pada abad 20, inovasi melekat erat pada wirausahawan di masa sekarang.

B. Pengertian Kewirausahaan

Pengertian Kewirausahaan berasal dari kata *dasa* Wirausaha. Wirausaha dari segi etimologi berasal dari kata *wira* dan *usaha*. *Wira*, berarti pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani dan berwatak agung. *Usaha*, berarti perbuatan amal, berbuat sesuatu. Sedangkan, Pengertian Kewirausahaan berasal dari istilah *entrepreneurship* adalah proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan. Visi tersebut bisa berupa ide inovatif, peluang, cara yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu. Hasil akhir dari proses tersebut adalah penciptaan usaha baru yang dibentuk pada kondisi risiko atau ketidakpastian. Jadi, secara umum pengertian **kewirausahaan** adalah kegiatan penciptaan bidang usaha yg baru. Sedangkan wirausaha berasal dari kata *entrepreneur*. Kata *entrepreneur*, secara tertulis digunakan pertama kali oleh Savary pada tahun 1723 dalam bukunya "Kamus Dagang". *Entrepreneur* adalah orang yang membeli barang dengan harga pasti, meskipun orang itu belum mengetahui berapa harga barang (atau guna ekonomi) itu akan dijual.

Wirausaha adalah seorang pembuat keputusan yang membantu terbentuknya sistem ekonomi perusahaan yang bebas. Sebagian besar pendorong perubahan, inovasi, dan kemajuan di perkonomian kita akan datang dari para wirausaha; orang-orang yang memiliki kemampuan untuk

mengambil resiko dan mempercepat pertumbuhan ekonomi.

Kewirausahaan yang dibahas di Indonesia sampai saat ini belum ada definisi yang telah disepakati bersama di antara para ahli. Hal ini dapat disimak dari adanya perbedaan beberapa definisi antara satu ahli dengan ahli lainnya.

Menurut **Soeparman Spemahamidjaja**, Kewirausahaan adalah suatu kemampuan (ability) dalam berfikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan dasar, sumber daya, tenaga penggerak tujuan, siasat kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup.

Menurut **John J. Kao** kewirausahaan adalah usaha untuk menciptakan nilai melalui pengenalan kesempatan bisnis, manajemen pengambilan resiko yang tepat, dan melalui keterampilan komunikasi untuk memobilisasi seseorang, manusia, uang dan bahan-bahan baku atau sumberdaya lain yang diperlukan untuk lain yang diperlukan untuk menghasilkan proyek supaya terlaksana dengan baik.

Menurut **Robert D. Hisrich**, Berkewirausahaan adalah proses dinamis atau penciptaan tambahan kekayaan-kekayaan diciptakan oleh individu yang berani mengambil resiko utama dengan syarat-syarat kewajaran, waktu, dan komitmen karir atau penyediaan nilai untuk berbagai barang dan jasa produk dan jasa tersebut tidak atau mungkin baru atau unik, tetapi nilai tersebut bagaimanapun juga harus dipompa oleh usahawan dengan penerimaan dan penempatan kebutuhan, keterampilan dan sumber-sumber daya.

Pengertian kewirausahaan menurut **instruksi presiden RI No.4 tahun 1995**; “Kewirausahaan adalah semangat, sikap, prilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Jadi, dari pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa *berkewirausahaan adalah hal-hal atau upaya-upaya yang berkaitan dengan penciptaan kegiatan atau usaha atau aktivitas bisnis atas dasar kemauannya sendiri dan mendirikan usaha atau bisnis dengan kemauan dan kemampuan sendiri.*

1. Kewirausahaan adalah mental dan sikap jiwa yang selalu aktif berusaha meningkatkan hasil karyanya dalam arti meningkatkan penghasilan.
2. Kewirausahaan adalah suatu proses seseorang guna mengejar peluang-peluang memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui inovasi, tanpa memperhatikan sumber daya yang mereka kendalikan.
3. Kewirausahaan adalah proses dinamis untuk menciptakan tambahan kemakmuran.
4. Kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang lain dengan menggunakan waktu dan kegiatan disertai modal jasa dan risiko, serta menerima balas jasa, kepuasan, dan kebebasan pribadi.
5. Dalam lampiran Instruksi Presiden Nomor 4 tahun 1995, tentang Gerakan Nasional.

Memasyarakatkan dan membudayakan Kewirausahaan kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya cara

kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan keuntungan yang lebih besar. Sedangkan yang dimaksud dengan wirausaha adalah sebagai berikut:

1. Wirausaha adalah mereka yang berhasil mendapatkan perbaikan pribadi, keluarga, masyarakat, dan bangsanya.
2. Wirausaha adalah seorang pakar tentang dirinya sendiri.
3. Wirausaha adalah orang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang dan jasa yang baru dengan menciptakan bentuk organisasi baru atau mengolah bahan baku baru.
4. Wirausaha adalah orang yang berani memaksa diri untuk menjadi pelayan bagi orang lain.
5. Pandangan menurut seorang businessman, wirausaha adalah ancaman, pesaing baru atau juga bisa seorang partner, pemasok, konsumen, atau seorang yang bisa diajak kerja sama.
6. Pandangan menurut seorang pemodal, wirausaha adalah seorang yang menciptakan kesejahteraan buat orang lain yang menemukan cara-cara baru untuk menggunakan resources, mengurangi pemborosan, dan membuka lapangan kerja yang disenangi oleh masyarakat.
7. Pandangan menurut seorang ekonom, wirausaha adalah seseorang atau sekelompok orang yang mengorganisir faktor-faktor produksi, alam, tenaga, modal, dan skill untuk tujuan berproduksi.
8. Pandangan menurut seorang psikologis, wirausaha adalah seorang yang memiliki dorongan kekuatan dari dalam untuk memperoleh sesuatu tujuan, suka mengadakan eksperimen atau untuk menampilkan kebebasan dirinya di luar kekuasaan orang lain.

Dari penjelasan di atas dapat diambil suatu kesimpulan bahwa *wirausaha itu adalah orang – orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan – kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber-sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan dan tindakan yang tepat guna dalam memastikan kesuksesan*

Siapa saja yang dapat digolongkan menjadi wirausaha itu? Menurut **J.A. Schiunpeter**; yang dapat digolongkan sebagai seorang wirausaha adalah seorang inovator, sebagai individu yang mempunyai kenalurian untuk melihat benda materi sedemikian rupa yang kemudian terbukti benar mempunyai semangat, kemampuan, dan pikiran untuk menaklukan cara berpikir lamban dan malas.

Pada zaman sekarang banyak para pemuda yang tertarik dan melirik profesi bisnis yang cukup menjanjikan masa depan yang cerah. Para remaja pada umumnya menyatakan sangat menyenangi kegiatan wirausaha dalam dunia bisnis.

Untuk mengantisipasi pekerjaan bisnis, mereka harus mempersiapkan bekal berupa sikap mental dan menguasai beberapa keterampilan misalnya tata boga, tata busana, pemasaran, mengetik, komputer, internet, akuntansi, elektronika, rancang bangun, otomotif, perlistrikan, pertukangan, perbengkelan, dan sebagainya. Semakin banyak keterampilan yang diperoleh dan dikuasai para pemuda, semakin banyak pula peluang untuk menjadi wirausahawan.

Ada beberapa sifat dasar dan kemampuan yang biasanya ada pada diri seorang wirausaha, di antaranya sebagai berikut:

1. Wirausaha adalah seorang pencipta perusahaan.

2. Wirausaha adalah seorang yang selalu melihat perbedaan, baik antar orang maupun antar fenomena kehidupan sebagai peluang dan kesulitan.
3. Wirausaha adalah orang yang cenderung mudah jenuh terhadap segala kemampuan hidup.

C. Manfaat Kewirausahaan

Dari beberapa penelitian mengidentifikasi bahwa pemilik bisnis mikro, kecil, atau percaya bahwa mereka cenderung bekerja lebih keras, menghasilkan lebih banyak uang, dan lebih membanggakan daripada bekerja di suatu perusahaan besar. Sebelum mendirikan usaha, setiap calon wirausaha sebaiknya mempertimbangkan manfaat kepemilikan bisnis mikro, kecil atau menengah.

Thomas W Zimmerer et al. (2005) merumuskan manfaat kewirausahaan adalah sebagai berikut:

1. *Memberi peluang dan kebebasan untuk mengendalikan nasib sendiri* memiliki usaha sendiri akan memberikan kebebasan dan peluang bagi pebisnis untuk mencapai tujuan hidupnya. Pebisnis akan mencoba memenangkan hidup mereka dan memungkinkan mereka untuk memanfaatkan bisnisnya guna untuk mewujudkan cita-citanya.
2. *Memberi peluang melakukan perubahan*

Semakin banyak bisnis yang memulai usahanya karena mereka dapat menangkap peluang untuk melakukan berbagai perubahan yang menurut mereka sangat penting. Mungkin berupa penyediaan perumahan sederhana yang sehat dan layak pakai, dan mendirikan daur ulang limbah untuk melestarikan sumber daya alam yang terbatas, pebisnis kini menemukan cara untuk mengombinasikan wujud kepedulian mereka terhadap berbagai masalah

ekonomi dengan sosial dengan harapan untuk menjalani hidup yang lebih baik.

3. *Memberi peluang untuk mencapai potensi diri sepenuhnya*

Banyak orang menyadari bahwa bekerja di suatu perusahaan seringkali membosankan, kurang menantang dan tidak ada daya tarik. Hal ini tentu tidak berlaku bagi seorang wirausahawan, bagi mereka tidak banyak perbedaan antara bekerja atau menyalurkan hobi atau bermain, keduanya sama saja. Bisnis-bisnis yang dimiliki oleh wirausahawan merupakan alat untuk menyatakan aktualisasi diri. Keberhasilan mereka adalah suatu hal yang ditentukan oleh kreativitas, antusias, inovasi, dan visi mereka sendiri. Memiliki usaha atau perusahaan sendiri memberikan kekuasaan kepada mereka, kebangkitan spiritual dan mampu mengikuti minat atau hobinya sendiri.

4. *Memiliki peluang untuk meraih keuntungan*

Walaupun pada tahap awal uang bukan daya tarik utama bagi wirausahawan, keuntungan berwirausahawan merupakan faktor motivasi yang penting untuk mendirikan usaha sendiri, kebanyakan pebisnis tidak ingin menjadi kaya raya, tetapi kebanyakan diantara mereka yang menang menjadi berkecukupan. Hampir 75% yang termasuk dalam daftar orang terkaya (Majalah *Forbes*) merupakan wirausahawan generasi pertama. Menurut hasil penelitian, Thomas Stanley dan William Danko, pemilik perusahaan sendiri mencapai 2/3 dari jutawan Amerika serika. "Orang-orang yang bekerja memiliki perusahaan sendiri empat kali lebih besar untuk menjadi jutawan daripada orang-orang yang bekerja untuk orang lain (karyawan perusahaan lain).

5. *Memiliki peluang untuk berperan aktif dalam masyarakat dan mendapatkan pengakuan atas usahanya*

Pengusaha atau pemilik usaha kecil seringkali merupakan warga masyarakat yang paling dihormati dan dipercaya. Kesepakatan bisnis berdasarkan kepercayaan dan saling menghormati adalah ciri pengusaha kecil. Pemilik menyukai kepercayaan dan pengakuan yang diterima dari pelanggan yang telah dilayani dengan setia selama bertahun-tahun. Peran penting yang dimainkan dalam sistem bisnis dilingkungan setempat serta kesadaran bahwa kerja memiliki dampak nyata dalam melancarkan fungsi sosial dan ekonomi nasional adalah merupakan imbalan bagi manajer perusahaan kecil.

6. *Memiliki peluang untuk melakukan sesuatu yang disukai dan menumbuhkan rasa senang dalam mengerjakan.*

Hal yang didasarkan oleh pengusaha kecil atau pemilik perusahaan kecil adalah bahwa kegiatan usaha mereka sesungguhnya bukan kerja. Kebanyakan kewirausahawan yang berhasil memilih masuk dalam bisnis tertentu, sebab mereka tertarik dan menyukai pekerjaan tersebut. Mereka menyalurkan hobi atau kegemaran mereka menjadi pekerjaan mereka dan mereka senang bahwa mereka melakukannya. Wirausahawan harus mengikuti nasihat Harvey McKey. Menurut McKey: *"Carilah dan dirikan usaha yang anda sukai dan anda tidak akan pernah terpaksa harus bekerja sehari pun dalam hidup anda"* Hal ini yang menjadi penghargaan terbesar bagi pebisnis/wirausahawan bukan tujuannya, melainkan lebih kepada proses atau perjalanannya.

Dengan beberapa manfaat berkewirausahaan tersebut diatas jelas bahwa *menjadi usahawan lebih memiliki berbagai kebebasan yang tidak mungkin diperoleh jika seseorang menjadi karyawan atau menjadi orang gaji atau menjadi pekerja bagi para pemilik perusahaan.*

D. Fungsi Wirausaha

Pada dasarnya manusia membutuhkan makan, minum, pakaian, dan sebagainya. Kebutuhan itu akan semakin meningkat seiring dengan kemajuan zaman yang menuntut manusia untuk melakukan kegiatan konsumtif. Pengangguran yang semakin meningkat kalau tidak ditanggulangi akan membuat manusia berpotensi ke arah negatif. Oleh karena itu, dibutuhkan jiwa kewirausahaan bagi setiap manusia sehingga menekan jumlah pengangguran.

Setiap Wirausaha memiliki fungsi pokok dan fungsi tambahan sebagai berikut:

1. Fungsi pokok wirausaha yaitu:
 - a. Membuat keputusan-keputusan penting dan mengambil resiko tentang tujuan dan sasaran perusahaan.
 - b. Memutuskan tujuan dan sasaran perusahaan.
 - c. Menetapkan bidang usaha dan pasar yang akan dilayani.
 - d. Menghitung skala usaha yang diinginkannya.
 - e. Menentukan modal yang diinginkan (modal sendiri atau modal dari luar).
 - f. Memilih dan menetapkan kriteria pegawai/karyawan dan memotivasinya.
 - g. Mengendalikan secara efektif dan efisien.
 - h. Mencari dan menciptakan cara baru.
 - i. Mencari terobosan baru dalam mendapatkan masukan atau input serta mengelolanya menjadi barang atau jasa yang menarik.
 - j. Memasarkan barang dan jasa tersebut untuk memuaskan pelanggan dan sekaligus dapat memperoleh dan mempertahankan keuntungan maksimal.

2. Fungsi tambahan wirausaha, yaitu:
 - a. Mengenali lingkungan perusahaan dalam rangka mencari dan menciptakan peluang usaha.
 - b. Mengendalikan lingkungan ke arah yang menguntungkan bagi perusahaan.
 - c. Menjaga lingkungan usaha agar tidak merugikan masyarakat mauoun merusak lingkungan akibat dari limbah usaha yang mungkin dihasilkannya.
 - d. Meluangkan dan peduli atas CSR. Setiap pengusaha harus peduli dan turut serta bertanggung jawab terhadap lingkungan sekitar.

E. Prinsip Kewirausahaan

Prinsip-Prinsip kewirausahaan yang paling penting adalah Berani atau keluar dari Rasa takut akan gagal.makna berani disini adalah tindakan dimana kita harus bisa mengambil sikap atas peluang-peluang yang muncul dalam hidup ini terutama peluang untuk mendirikan usaha.Seorang wirausahawan tidak mengenal tingkat pendidikan tapi mengenal pada tingkat seseorang berani mengambil Resiko.Walaupun pendidikan itu penting tapi perannya disini justru adalah pada tingkatan keberanian akan usaha yang akan kita buat.Pendidikan disini berguna pada tingkat keahlian dari bidang usaha yang akan kita dirikan tapi hal tersebut bukan lah jadi prinsip dasar dalam membangun usaha tapi keberanian kita lah yang dapat menjadi prinsip dasar dalam membangun usaha.

Disamping itu untuk menjadi wirausahawan kita juga dituntut untuk berfikir optimis atas peluang dan segala usaha yang kita lakukan,karena dengan begitu semangat dan kemauan yang keras juga ketekunan kita akan menciptakan usaha kita yang maju dan terus

berkembang. Juga disamping itu kita harus berfikir alternatif dimana dengan berfikir alternatif kita menciptakan suatu Ide dan strategy dari dan atas usaha yang akan kita lakukan untuk usaha kita.

Prinsip-prinsip entrepreneurship menurut **Dhidiek D. Machyudin**, yaitu:

1. Harus optimis
2. Ambisius
3. Dapat membaca peluang pasar
4. Sabar
5. Jangan putus asa
6. Jangan takut gagal
7. Kegagalan pertama dan kedua itu biasa, anggaplah kegagalan adalah kesuksesan yang tertunda

Ada pula prinsip entrepreneurship yang diungkapkan oleh **Khafidhul Ulum**. Ada tujuh prinsip yang diberikan, diantaranya:

1. Passion (semangat)
2. Independent (mandiri)
3. Marketing sensitivity (peka terhadap pasar)
4. Creative and innovative (kreatif dan inovatif)
5. Calculated risk taker (mengambil resiko dengan penuh perhitungan)
6. Persistent (pantang menyerah)
7. High ethical standard (berdasar standar etika)

Jadi, apabila kedua pendapat tersebut digabungkan ada 12 prinsip dalam berwirausaha yaitu:

1. Jangan takut gagal

Banyak yang berpendapat bahwa untuk berwirausaha dianalogkan dengan impian seseorang

untuk dapat berenang. Walaupun teori mengenai berbagai gaya berenang sudah bertumpuk, sudah dikuasai dengan baik dan literatur-literatur sudah lengkap, tidak ada gunanya kalau tidak di ikuti menyebur ke dalam air (praktek berenang) demikian halnya untuk berusaha, tidak ada gunanya berteori kalau tidak terjun langsung, sehingga mengalami (berpengalaman), dan sekalilagi jangan takut gagal sebab kegagalan adalah kesuksesan yang tertunda.

2. Penuh semangat

Hal yang menjadi penghargaan terbesar bagi pembisnis atau perwirausahaan bukanlah tujuannya melainkan lebih kepada proses dan perjalanannya.

3. Kreatif dan Inovatif

Kreativitas dan Inovasi adalah modal bagi seorang pengusaha. Seorang wirausaha tidak boleh berhenti dalam berkreaitivitan dan berinovasi dalam segala hal.

Kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dna cara-cara baru yang dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang atau dengan kata lain kemampuan untuk memikirkan sesuatu yang baru dan berbeda.

Rasulullah SAW bersabda:

أَجْرُهَا قُلُّهُ

Artinya :

“Barang siapa melakukan hal baru yang baik maka ia mendapat pahalanya dan mendapat pula pahala orang lain yang mengerjakan hal baru yang baik itu.” [HR. Muslim]

Pesan ini mengandung *motivasi untuk kreatif*. Dalam bahasa Arab, “sanna” berarti melakukan hal baru, ketika hal yang baru itu bersifat baik maka kita menyebutnya kreatifitas. Hadits ini adalah salah satu kebanggaan ummat Islam karena mengandung konsep modern, dan itu berarti sebenarnya pemikiran ummat Islam sudah modern sejak empat belas abad yang silam.

Inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreatifitas dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang serta kemampuan untuk sesuatu yang baru dan berbeda. Sesuatu yang baru dan berbeda tersebut dapat dalam bentuk hasil seperti barang dan jasa dan bias dalam bentuk proses seperti ide, metode dan cara.

Allah berfirman dalam QS. Ar Ra'd : 11

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا
سِيَهُمْ

“Sesungguhnya Allah tidak akan merubah apa yang ada pada suatu kaum hingga mereka merubahnya sendiri.” [QS. Ar-Ra’d : 11]

Pesan ini mengandung motivasi untuk inovatif dengan merubah manajemen dan sistem agar tidak tertinggal ketika yang lain maju. Bahkan dengan selalu berinovasi maka kita akan menjadi yang terdepan.

4. Bertindak dengan penuh perhitungan dalam mengambil resiko

Resiko selalu ada dimanapun kita berada. Seringkali kita menghindari dari resiko yang satu, tetapi menemui bentuk resiko lainnya. Namun yang harus diperhitungkan adalah perhitungkan dengan baik-baik sebelum memutuskan sesuatu, terutama yang tingkat resikonya tinggi.

5. Sabar, ulet dan tekun

Prinsip lain yang tidak kalah penting dalam berusaha adalah kesabaran dan keytekunan. Sabar dan tekun meskipun harus menghadapi berbagai bentuk permasalahan, percobaan, dan kendala bahkan diremehkan oleh orang lain.

6. Harus optimis

Optimis adalah modal usaha yang cukup penting bagi usahawan, sebab kata optimis merupakan sebuah prinsip yang dapat memotivasi kesadaran kita sehingga apapun usaha yang kita lakukan harus penuh optimis bahwa usaha yang kita laksanakan akan sukses.

7. Ambisius

Demikian juga prinsip ambisius seorang wirausahawan harus berambisi, apapun jenis usaha yang akan dilakukannya.

8. Pantang menyerah atau jangan putus asa

Prinsip pantang menyerah adalah bagian yang harus dilakukan kapanpun waktunya.

9. Peka terhadap pasar atau dapat baca peluang pasar

Prinsip peka terhadap pasar atau dapat baca peluang pasar adalah prinsip mutlak yang harus dilakukan oleh wirausahawan, baik pasar ditingkat lokal, regional, maupun internasional. Peluang pasar sekecil apapun harus diidentifikasi dengan baik, sehingga dapat mengambil peluang pasar tersebut dengan baik.

10. Berbisnis dengan standar etika

Prinsip bahwa setiap pebisnis harus senantiasa memegang secara baik tentang standar etika yang berlaku secara universal.

11. Mandiri

Prinsip kemandirian harus menjadi panduan dalam berwirausaha. Mandiri dalam banyak hal adalah kunci penting agar kita dapat menghindarkan ketergantungan dari pihak-pihak atau para pemangku kepentingan atas usaha kita.

12. Jujur

Menurut Pythagoras, kejujuran adalah mata uang yang akan laku dimana-mana. Jadi, jujur kepada pemasok dan pelanggan atau kepada seluruh pemangku kepentingan perusahaan adalah prinsip dasar yang harus dinomorsatukan dalam berusaha.

13. Peduli lingkungan

Seorang pengusaha harus memiliki kepedulian terhadap lingkungan sehingga harus turut serta menjaga kelestarian lingkungan tempat usahanya.

Dan yang terakhir dalam prinsip kewirausahaan adalah membangun Relasi dan network dengan sesama wirausahawan karena dengan begitu proses pembelajaran dan pengetahuan akan kewirausahaan kita akan berkembang. Semakin banyaknya network atau relasi juga akan menciptakan peluang-peluang kita dalam mengembangkan dan mencapai usaha yang baik. Usaha yang baik dan maju disini bukan berarti rasa puas dan rasa nyaman yang telah kita dapatkan, karena dengan rasa puas dan nyaman tersebut justru nantinya akan menurunkan semangat dan optimalisasi dalam kita meningkatkan usaha kita.

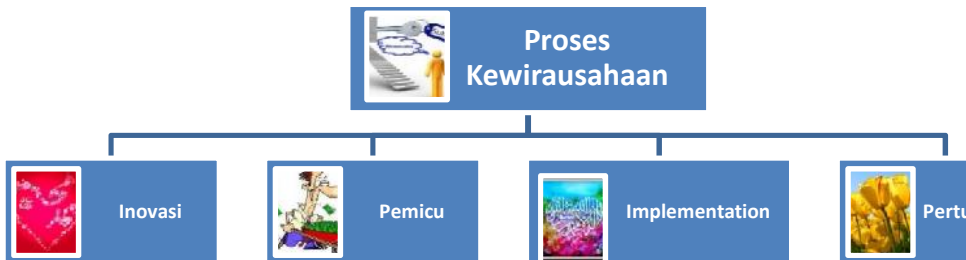
F. Model Proses Kewirausahaan

Menurut Carol Noore proses kewirausahaan berkembang dan diawali dengan adanya *inovasi*. Inovasi dipengaruhi oleh berbagai faktor baik internal maupun eksternal seperti faktor pendidikan, pribadi, lingkungan dan sosiologi. Faktor – faktor tersebut membentuk *locus of control*, kreativitas, inovasi, implementasi, dan pertumbuhan yang kemudian berkembang wirausaha yang besar. Secara internal, inovasi dipengaruhi oleh faktor yang bersal dari individu seperti *lotus of control*, toleransi, pengambilan resiko, nilai-nilai pribadi, pendidikan, pengalaman, usia, komitmen, dan ketidakpuasan. Sedangkan faktor yang berasal dari lingkungan adalah peluang, model peran, aktivitas, pesaing inkubator, sumber daya, dan kebijakan pemerintah. Proses kreatif dan inovatif tersebut biasanya diawali dengan memunculkan ide-ide dan pemikiran-

pemikiran baru untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Oleh karena itu, Kreatif dan Inovatif berkembang menjadi kewirausahaan melalui proses yang dipengaruhi oleh, organisasi, dan keluarga.

Seorang yang berhasil dalam berwira usaha adalah orang yang dapat mengembangkan nilai – nilai, sifat – sifat utama (pola sikap) dan perilaku dengan bekal pengetahuan, pengalaman, dan keterampilan praktis (knowledge and practice). Jadi, pedoman – pedoman, pengharapan – pengharapan dan nilai – nilai, baik yang berasal dari pribadi maupun kelompok berpengaruh dalam membentuk perilaku kewirausahaan.

Proses Kewirausahaan



Proses Kewirausahaan diawali dengan :

1. **Inovasi** : Keinginan untuk berprestasi, adanya sifat penasaran, keinginan menanggung risiko, ditunjang oleh pendidikan dan pengalaman. Faktor lingkungan yang mendorong adanya inovasi misalnya adanya peluang dan pengalaman untuk terjun di bidang bisnis penjualan voucher telepon.

Empiris : pengetahuan yang diperoleh dari pengamatan panca indra.

2. **Pemicu** : beberapa pemicu yang memaksa orang untuk wirausaha yaitu factor personal dan factor lingkungan.

a. Faktor personal :

- ♣ Tidak puas dengan pekerjaan yang sekarang;
- ♣ Dorongan karena faktor usia;
- ♣ Keberanian menanggung risiko;
- ♣ Kena PHK;
- ♣ Mempunyai minat tinggi untuk wirausaha.

b. Faktor lingkungan

- ♣ Adanya persaingan dalam kehidupan;
- ♣ Adanya sumber-sumber yang dapat dimanfaatkan. Misalnya memperoleh warisan, memiliki modal, memiliki tempat usaha yang strategis;
- ♣ Telah mengikuti pelatihan/*training* bisnis;
- ♣ Kebijakan pemerintah.

c. Faktor Sosiologi

- ♣ Banyak relasi dengan orang lain;
- ♣ Punya tim works yang bias diajak kerja sama;
- ♣ Adanya dorongan orang tua/orang lain untuk berbisnis;
- ♣ Pengalaman dalam berbisnis sebelumnya; dan
- ♣ Produk/jasa yang akan dijual diminati pasar.

3. **Implementation**

Faktor personal :

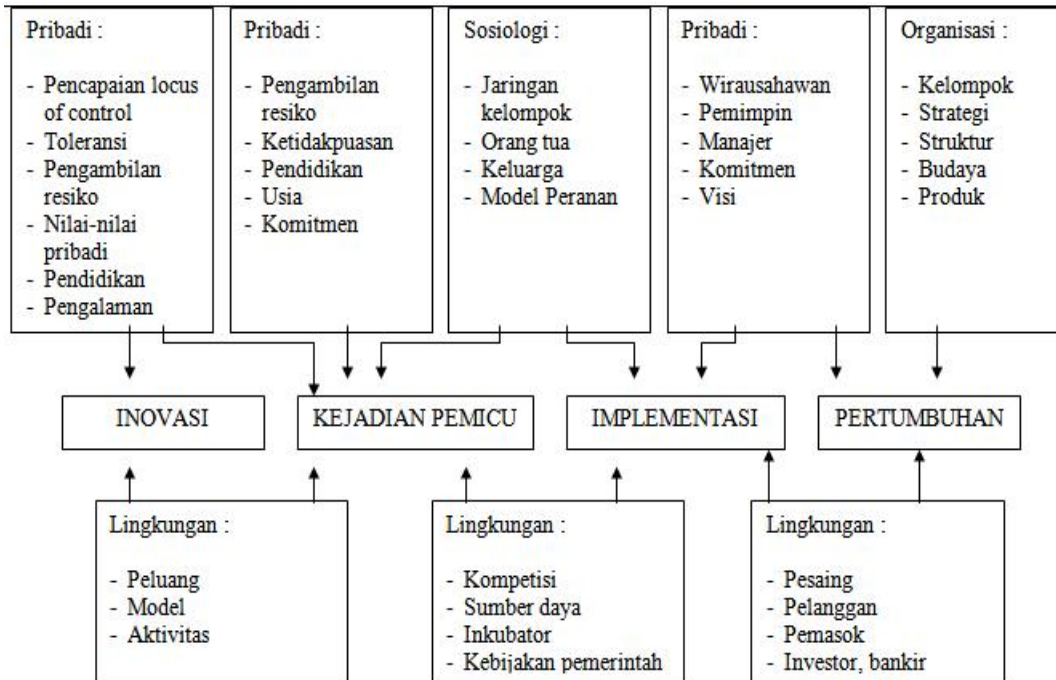
- a. Seorang Wira Usaha yang sudah siap mental secara total;
- b. Adanya manajer pelaksana sebagai tangan kanan/pembantu utama;
- c. Adanya komitmen tinggi terhadap bisnis; dan
- d. Adanya visi (pandangan jauh kedepan untuk mencapai cita-cita) dan misi.

4. **Pertumbuhan**

Pertumbuhan didorong oleh factor:

- a. Adanya tim works yang kompak dalam menjalankan usaha sehingga semua rencana dapat dilaksanakan secara produktif;
- b. Adanya strategi yang baik;
- c. Adanya budaya perusahaan yang sudah terbentuk dan diikuti/dipatuhi dengan penuh tanggung jawab oleh seluruh karyawan;
- d. Adanya produk yang dibanggakan/keistimewaan yang dimiliki misalnya kualitas produk/jasa, manajemen, SDM dsb (Alfamart, Indomart, Carrefour, Sogo).

Model Proses Kewirausahaan



Ciri - ciri penting tahap permulaan dan Pertumbuhan Kewirausahaan

Tahap - tahap menuju kewirausahaan meliputi :

1. Tahap imitasi dan duplikasi

Proses imitasi dan duplikasi, para wirausaha mulai meniru ide - ide orang lain, misalnya untuk memulai atau merintis usaha barunya diawali dengan meniru usaha orang lain, dalam menciptakan jenis barang yang dihasilkan meniru yang sudah ada. Teknik produksi, desain, pemrosesan, organisasi usaha, dan pola pemasarannya meniru yang sudah ada. Beberapa ketrampilan tertentu diperoleh melalui magang atau pengalaman baik dari lingkungan keluarga maupun orang lain. Akan tetapi tidak sedikit pula wirausaha yang berhasil karena proses pengamatan.

2. Tahap duplikasi dan pengembangan

Tahap duplikasi dan pengembangan, para wirausaha mulai mengembangkan ide-ide barunya. Dalam tahap duplikasi produk misalnya, wirausaha mulai mengembangkan produknya melalui diversifikasi dan diferensiasi dengan desain sendiri. Demikian pula dalam organisasi usaha dan pemasaran mulai mengembangkan model-model pemasaran sendiri. Meskipun pada tahap ini mengalami perkembangan yang lambat dan cenderung kurang dinamis, tetapi sudah ada sedikit perubahan. Misalnya desain dan teknik yang cenderung menonton, mungkin berubah tiga sampai lima tahun sekali. Beberapa wirausaha diantaranya ada juga yang mengikuti model pemasaran dan cenderung berperan sebagai market follower dan beberapa perusahaan lagi mengikuti kehendak pedagang pengumpul.

3. Tahap menciptakan sesuatu yang baru dan beda

Tahap menciptakan sendiri sesuatu yang berbeda melalui ide ide sendiri sampai terus berkembang. Pada tahap ini wirausaha biasanya mulai bosan dengan proses produk yang adanya keinginan untuk mencapai hasil yang lebih unggul secara menggebu-gebu.

Dilihat prosesnya, Zimmerer membagi tahap perkembangan kewirausahaan menjadi dua fase, yaitu :

1. Fase awal (perintisan)
2. Fase Pertumbuhan

Ciri - ciri Pertumbuhan Kewirausahaan

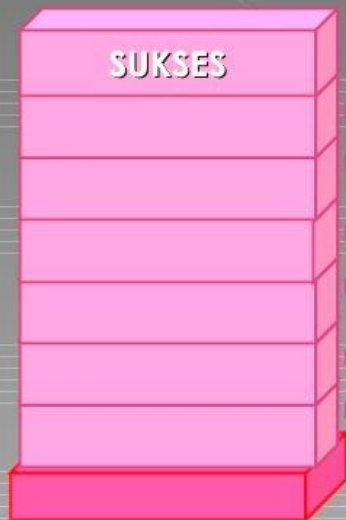
FASE AWAL	FASE PERTUMBUHAN
<p>A. Tujuan Perencanaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> ♣ Kesinambungan tujuan dan rencana pokok (menciptakan ide - ide ke pasar). <p>B. Sifat atau Ciri - ciri Kunci Personal :</p> <ul style="list-style-type: none"> ♣ Menfokuskan pada masa yang akan datang daripada masa sekarang usaha - usaha menengah diarahkan untuk jangka panjang. ♣ Pengambilan resiko yang moderat dengan tingkat toleransi yang tinggi terhadap 	<ul style="list-style-type: none"> ♣ Tumbuh sederhana, efisien, orientasi laba, dan rencana langsung untuk mencapainya. ♣ Sama seperti tahap awal. ♣ Sama seperti tahap

<p>perubahan dan kegagalan.</p> <ul style="list-style-type: none"> ♣ Kapasitas untuk menemukan ide – ide inovatif yang memberikan kepuasan konsumen. ♣ Pengetahuan teknik dan pengalaman inovasi pada bidangnya. <p>C. Sifat untuk Desain :</p> <ul style="list-style-type: none"> ♣ Struktur pola yang sederhana dan luas dengan jaringan kerja komunikasi yang luas secara horizontal. ♣ Otoritas pengambilan keputusan dimiliki oleh oleh wirausaha. ♣ Informal dan system control personal. 	<p>awal.</p> <ul style="list-style-type: none"> ♣ Kapasitas untuk menempa selama pertumbuhan cepat, kemurnian organisasi dan kemampuan berhitung. ♣ Pengetahuan manajerial dan pengalaman dengan menggunakan orang lain dan sumberdaya yang ada. ♣ Struktur yang fungsional atau vertical, akan tetapi saluran komunikasi informal sering digunakan. ♣ Mendelegasikan otoritas pengambilan keputusan kepada manajer level kedua. ♣ Kuasai formal (yaitu tidak terlalu kompleks atau bekerja sama) dalam
--	--

G. Langkah Menuju Keberhasilan Kewirausahaan

Untuk menjadi wirausaha yang sukses, pertama – tama harus memiliki ide atau visi (business vision) yang jelas, kemudian ada kemauan dan keberanian untuk menghadapi resiko baik waktu maupun uang. Apabila ada kesiapan dalam menghadapi resiko, langkah berikutnya adalah membuat perencanaan usaha, mengorganisasikan dan menjalankan. Agar usahanya berhasil, selain harus bekerja keras dengan urgensinya, wirausahawan harus mampu mengembangkan hubungan, baik dengan mitranya maupun dengan semua pihak yang dengan kepentingan perusahaan.

Tahap Pembangunan Kewirausahaan



- Bertanggung jawab atas kesuksesan dan kegagalan
- Membangun hubungan dengan pelanggan, karyawan, pemasok, dan lainnya
- Bekerja keras
- Merencanakan, mengorganisasikan, dan menjalankan
- Berani mengambil resiko waktu & uang
- Memiliki tujuan & visi usaha

Langkah Menuju Wirausaha Sukses



BAB. III

POTENSI KEWIRAUSAHAAN

A. Potensi Diri Wirausaha

Potensi diri merupakan kemampuan, kekuatan, baik yang belum terwujud maupun yang telah terwujud yang dimiliki seseorang, tetapi belum sepenuhnya terlihat atau dipergunakan secara maksimal. Jadi kalau dihubungkan dengan kewirausahaan berarti kemampuan, kekuatan yang dimiliki seseorang dalam berusaha atau melakukan suatu usaha.

Secara umum, potensi dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

- **Kemampuan dasar**, seperti tingkat intelegensi, kemampuan abstraksi, logika, dan daya tangkap.
- **Etos kerja**, seperti ketekunan, ketelitian, efisiensi kerja, dan daya tahan terhadap tekanan.
- **Kepribadian**, yaitu pola menyeluruh semua kemampuan, perbuatan, serta kebiasaan seseorang, baik jasmaniah, rohaniah, emosional maupun sosial yang ditata dalam cara khas di bawah aneka pengaruh luar.

Potensi yang terpenting adalah intelegensi, diantaranya adalah :

1. **Intelegensi linguistik**, intelegensi yang menggunakan dan mengolah kata-kata, baik lisan maupun tulisan secara efektif. Intelegensi ini antara lain dimiliki oleh para sastrawan, editor, dan jurnalis.
2. **Intelegensi matematis-logis**, kemampuan yang lebih berkaitan dengan penggunaan bilangan pada kepekaan pola logika dan perhitungan.
3. **Intelegensi ruang**, kemampuan yang berkenaan dengan kepekaan mengenal bentuk dan benda secara tepat serta kemampuan menangkap dunia visual secara cepat. Kemampuan ini biasanya dimiliki oleh para arsitek, dekorator, dan pemburu.
4. **Intelegensi kinestetik-badani**, kemampuan menggunakan gerak tubuh untuk mengekspresikan gagasan dan perasaan. Kemampuan ini dimiliki oleh aktor, penari, pemahat, atlet, dan ahli bedah.
5. **Intelegensi musikal**, kemampuan untuk mengembangkan, mengekspresikan, dan menikmati bentuk-bentuk musik dan suara. Kemampuan ini terdapat pada pencipta lagu dan penyanyi.
6. **Intelegensi interpersonal**, kemampuan seseorang untuk mengerti dan menjadi peka terhadap perasaan, motivasi, dan watak temperamen orang lain seperti yang dimiliki oleh seseorang motivator dan fasilitator.
7. **Intelegensi intrapersonal**, kemampuan seseorang dalam mengenali dirinya sendiri. Kemampuan ini

berkaitan dengan kemampuan berefleksi (merenung) dan keseimbangan diri.

8. **Intelegensi naturalis**, kemampuan seseorang untuk mengenal alam, flora, dan fauna dengan baik.
9. **Intelegensi eksistensial**, kemampuan seseorang menyangkut kepekaan menjawab persoalan-persoalan terdalam keberadaan manusia, seperti apa makna hidup, mengapa manusia harus diciptakan, dan mengapa kita hidup dan akhirnya mati.

Potensi diri sebaiknya dikembangkan dengan cara berusaha dengan keras. Karena potensi ini tidak akan berpengaruh bila kita tidak berusaha untuk mengembangkan dan mewujudkannya.

B. Karakteristik Wirausaha

Para wirausaha adalah orang-orang yang berorientasi kepada *action* (tindakan), dan bermotivasi tinggi yang menantang resiko dalam mengejar tujuannya. Karakteristik wirausaha tersebut antara lain :

1. Percaya diri

Sikap percaya diri bagi seorang wirausaha menunjukkan sifat keberanian dalam memimpin usahanya. Sikap berani ditunjukkan dari berbagai indikasi yang antara lain :

- 1) Memiliki keyakinan
- 2) Ketidaktergantungan dengan pihak lain (mandiri)
- 3) Individualitas
- 4) Optimisme

2. Berorientasi kepada tugas dan hasil

Sikap berorientasi kepada tugas dan hasil bagi seorang wirausaha menunjukkan sifat bertanggung jawab dalam memimpin usahanya. Sikap ini ditunjukkan dari berbagai indikasi yang antara lain sebagai berikut :

- 1) Kebutuhan akan prestasi
- 2) Berorientasi kepada tujuan perusahaan
- 3) Tekun dan abah
- 4) Tekad kerja keras
- 5) Mempunyai motivasi tinggi
- 6) Energik

3. Berani menantang resiko

Sikap Berani menantang resiko bagi seorang wirausaha menunjukkan sifat optimis dalam memimpin usahanya, karena dibalik risiko yang besar terdapat tingkat keuntungan yang besar pula. Sikap ini ditunjukkan dari berbagai indikasi yang antara lain sebagai berikut :

- 1) Suka pada tantangan.
- 2) Kreatif dan spekulatif.
- 3) Suka memprediksi atau mengekspektasi keadaan pasar dan perekonomian.

4. Memiliki jiwa kepemimpinan

Sikap Kepemimpinan bagi seorang wirausaha menunjukkan sifat aplikasi dari suatu jiwa kepemimpinan atau manajemen dalam memimpin usahanya. Sikap ini ditunjukkan dari berbagai indikasi yang antara lain sebagai berikut :

- 1) Bertingkah laku sebagai pemimpin.
- 2) Dapat bergaul atau berkomunikasi dengan orang lain.
- 3) Mampu menanggapi saran dan kritik.

5. Mempunyai sikap orisinil

Sikap orisinil bagi seorang wirausaha menunjukkan sifat profesional dalam memimpin usahanya. Sikap ini ditunjukkan dari berbagai indikasi yang antara lain sebagai berikut :

- 1) Mampu berinovasi
- 2) Kreatif
- 3) Fleksibel
- 4) Akses informasi
- 5) Ahli dan atau terampil
- 6) Berwawasan luas

6. Berorientasi ke masa depan

Sikap berorientasi ke masa depan bagi seorang wirausaha menunjukkan juga sifat optimisme dalam memimpin usahanya. Sikap ini ditunjukkan dari berbagai indikasi yang antara lain sebagai berikut :

- 1) Mempunyai visi dan persepsi ke depan.
- 2) Mampu menginterpretasikan hasil analisis guna dijadikan sebagai *planning*.

Planning atau perencanaan diperoleh dari hasil *forecasting* (ramalan) dipadukan dengan target atau tujuan yang ingin dicapai. Sedangkan ramalan tersebut dapat digunakan dengan metode kualitatif (pendapat) maupun metode kuantitatif.

Metode-metode kualitatif dapat diperoleh dari :

- 1) Pendapat para pelanggan (*customers*).
- 2) Pendapat para tenaga penjual (*salesman*) atau para karyawan lainnya.
- 3) Pendapat para karyawan di bagian *research and development*.
- 4) Pendapat para pakar (ahli).

Metode-metode kuantitatif dapat diperoleh dengan metode statistik yang antara lain :

- 1) Metode *Trend*
- 2) Metode Regresi *Product Moment*
- 3) Metode Regresi *Least Square*

7. Bersikap profesional

Seorang wirausaha harus mempunyai sikap profesional, yakni : mencintai profesinya. Profesionalisme seorang wirausaha diindikasikan antara lain :

- 1) Waktu bekerja secara penuh
- 2) Berpendidikan yang memadai
- 3) Berpengalaman yang memadai
- 4) Berwawasan yang luas
- 5) Berdisiplin tinggi
- 6) Mampu berkomunikasi dengan pihak lai

Dari sekian banyak karakteristik wirausaha, seyogyanya dimiliki dan dikembangkan oleh setiap wirausahawan. Memang tidak pernah ada seseorang yang memiliki seluruh karakteristik tersebut secara utuh atau sempurna, sehingga semakin banyak seseorang memiliki karakteristik tersebut, semakin besar peluangnya menjadi wirausaha yang sukses.

C. Sikap Mental Wirausaha

Mental (*Spirit*) wirausaha seringkali mengalami fluktuasi, oleh karena itu perlu dikembangkan secara positif dan terus-menerus, agar jiwanya selalu optimis dan penuh semangat. Sampai saat ini pengembangan mentalitas tersebut diharapkan tetap

terus digalakkan, mengingat wirausaha kita masih sedikit jumlahnya yakni kurang dari 2% dari jumlah penduduk. Berdasarkan pengamatan masih banyak wirausaha kita yang memiliki kelemahan mentalitas yang dapat diperinci antara lain sebagai berikut :

- 1) Umumnya kurang memperhatikan kualitas, baik kualitas sumberdaya manusia, kualitas bahan baku atau persediaan, maupun kualitas dibagian administrasi dan pemasaran.
- 2) Berani menerabas-nerabas bahaya, biasanya kurang memperhatikan perizinan, berusaha ingin mengejar keuntungan yang tinggi dengan kurang mempertimbangkan faktor resiko yang bakal terjadi.
- 3) Kurang percaya diri, biasanya selalu ketergantungan dengan pihak lain, biasanya kurang memiliki pengetahuan, keterampilan, ataupun keahlian, sehingga kurang pergaulan.
- 4) Kurang bertanggung jawab, biasanya tidak disenangi oleh kolega bisnis sehingga kesulitan dalam memperluas usahanya.
- 5) Kurang disiplin, biasanya sikap ini sering merugikan perusahaan, karena dapat menimbulkan ekonomi biaya tinggi, para pelanggan merasa kurang terlayani dengan baik, karena tidak sesuai dengan prinsip *time is money*, atau prinsip *delivery on time*.
- 6) Masih banyak yang kurang jujur, biasanya sikap ini sering menimbulkan kerugian bagi perusahaan, karena perusahaan digerogoti (dicuri atau dikorupsi) dari dalam oleh oknum karyawan, dan menyebabkan pula para pelanggan menghentikan hubungan bisnisnya dengan pihak perusahaan.

- 7) Kurang memiliki sifat transparansi, biasanya sikap ini sering merugikan para pelanggan, karena barang yang kurang berkualitas dijual dengan harga tinggi, sehingga para pelanggan mengalami kekecewaan.
- 8) Suka membuang-buang waktu. Sikap ini biasanya dilakukan oleh oknum karyawan yang sedikit memperoleh pengawasan dan pengendalian dari atasannya. Hal ini menunjukkan juga sikap kurang disiplin seperti yang diuraikan pada point 5 di atas.

Sikap Mental Positif Seorang Wirausaha

Setiap usaha positif pasti akan menuai hasil yang bagus. Begitu pula sebagai seorang pengusaha, kita harus menanamkan sikap dan tindakan yang selalu positif. Bagaimana cara untuk mengatasi masalah yang ada, mengatur keuangan, semua membutuhkan sikap dan mental yang tegas dan berkarakter. Itulah mengapa sikap seorang pengusaha yang sukses tidak pernah pantang menyerah dan selalu membuat inovasi-inovasi baru demi pengembangan bisnis dan usaha yang dijalankan.

Menilik dari arti pengusaha sendiri, bahwa pengusaha adalah orang-orang yang mempunyai motivasi tinggi, selalu mengandalkan tindakan dibandingkan teori, serta tidak takut untuk mengambil resiko disaat ingin meraih tujuan yang dimaksud. Maka dari itu, ketika kita ingin meraih tujuan, dibutuhkan mental dan sifat yang mengarah kepada tujuan. Membentuk sikap seperti itu tidak bisa instan, namun dibutuhkan proses dan pengalaman yang lama. Karakter yang dipunyai seseorang berpengaruh terhadap perilaku/tindakan

yang diambil. Jika karakternya baik dan positif, maka tindakannya juga akan menimbulkan hasil yang baik pula, dan kesuksesan dapat diraih.

Beberapa sikap positif yang harus dibangun agar meraih kesuksesan sebagai wirausahawan, antara lain :

1. Rasapercayadiri

Sikap percaya diri sangat penting untuk seorang pengusaha. Ketika berhadapan dengan konsumen, kita dapat menjelaskan secara detail tentang usaha yang kita jalankan, mengatur karyawan dengan tegas, dan hal lain. Percaya diri dapat dilatih agar sikap ini menjadi karakter kita secara konsisten. Agar rasa percaya diri bisa tumbuh dan berkembang, ada beberapa faktor yang diperhatikan. Yaitu tetap fokus terhadap wirausaha yang kita rintis. Jangan terpengaruh oleh keadaan lingkungan yang bisa mempengaruhi kita. Disamping itu tanamkan bahwa kita bisa melakukan apa yang kita mau, tantang diri kita untuk melakukan hal yang dianggap orang lain mustahil. Bila kita bisa melakukannya, maka rasa percaya diri terhadap diri akan naik.

2. Sikap Leadership

Apa yang dimaksud dengan sikap *leadership*? Sikap *leadership* yakni sikap kepemimpinan. Sebagai *owner* dari sebuah usaha, otomatis kita dituntut untuk selalu mengambil keputusan demi kelancaran usaha. Seorang pengusaha yang mempunyai jiwa *leadership* tahu dengan persis kemana arah dan tujuan usaha yang dibangun, serta visi dan misi jelas. Langkah-langkah yang

harus dilaksanakan untuk meraih tujuan sudah ada didalam pikiran seorang pemimpin.

3. **Berkomitmen dan disiplin**

Komitmen dan disiplin tinggi adalah kunci kesuksesan. Seorang pengusaha harus memiliki itu, karena tanpa komitmen dan disiplin tidak akan maju dan berkembang usahanya. Komitmen diartikan sebagai suatu sikap tanggung jawab terhadap apa yang sudah kita bangun. Contohnya saat terjadi masalah atau kerugian terhadap usaha, komitmen kita untuk selalu pantang menyerah dan semangat membangun usaha kembali adalah suatu hal yang berharga. Sedangkan disiplin melengkapi sikap komitmen tersebut. Otomatis ketika kita sudah berkomitmen terhadap sesuatu, maka tindakan disiplin akan mengikutinya.

D. **Tipe Kepribadian dalam Kewirausahaan**

Ada 9 (sembilan) tipe kepribadian wirausaha, yaitu :

1) **The improver**

Kita memiliki kepribadian ini jika kita menjalankan bisnis dengan menonjolkan gaya *improver* alias ingin selalu memperbaiki. Kita menggunakan perusahaan yang kita miliki untuk memperbaiki dunia. *Improver* memiliki kemampuan yang kokoh dalam menjalankan wirausaha. Mereka juga memiliki integritas dan etika yang tinggi.

Personality alert : Waspada sifat kita yang cenderung menjadi perfeksionis dan terlalu kritis terhadap karyawan dan pelanggan.

2) **The advisor**

Tipe kepribadian wirausaha seperti ini bersedia memberikan bantuan dan saran tingkat tinggi bagi para pelanggannya. Motto dari *advisor* ini yaitu pelanggan adalah benar dan kita harus melakukan apa saja untuk menyenangkan mereka.

Personality alert : Seorang *advisor* bisa jadi terlalu fokus pada kebutuhan bisnis mereka dan pelanggan, sehingga cenderung mengabaikan kebutuhan mereka sendiri dan bisa-bisa malah capek hati sendiri.

3) **The superstar**

Inilah wirausaha yang pusatnya dikelilingi oleh kharisma dan energi tinggi dari Sang CEO *Superstar*. Wirausaha dengan kepribadian seperti ini biasanya membangun usaha mereka dengan *personal brand* mereka sendiri.

Personality alert : Wirausaha dengan tipe ini bisa menjadi terlalu kompetitif dan *workaholics*.

4) **The artist**

Kepribadian wirausaha seperti ini biasanya senang menyendiri, tetapi memiliki kreativitas yang tinggi. Mereka biasanya sering kali ditemukan di bisnis yang membutuhkan kreativitas seperti ada perusahaan periklanan, *web design*, dll.

Personality alert : Wirausaha tipe ini bisa jadi terlalu sensitif terhadap respon pelanggan kita, walaupun kritik dari mereka bersifat membangun.

5) **The visionary**

Sebuah usaha yang dibangun oleh seorang *visioner* biasanya berdasarkan visi masa depan

dan pemikiran pendirinya. Anda memiliki keingintahuan yang tinggi untuk mengerti dunia di sekeliling anda dan akan membuat rencana untuk menghindari segala macam rintangan.

Personality alert: Seorang *visioner* bisa jadi terlalu fokus pada mimpi mereka dan kurang berpijak pada realitas. Dan jangan lupa, menyertai visi kita dengan melakukan tindakan nyata.

6) The analyst

Jika kita menjalankan bisnis sebagai seorang analis, perusahaan kita biasanya memfokuskan pada penyelesaian masalah dalam suatu cara sistematis. Seringkali berbasis pada ilmu pengetahuan, keahlian teknis atau komputer, seorang analis perusahaan biasanya hebat dalam memecahkan masalah.

Personality alert: Hati-hati dengan kelumpuhan analisa. Bekerjalah dengan mempercayai orang lain.

7) The fireball

Sebuah usaha yang dimiliki oleh si Bola Api ini biasanya dioperasikan dengan penuh hidup, energi, dan optimisme. Pelanggan merasa perusahaan kita dijalankan dengan tingkah laku yang menyenangkan.

Personality alert: Kita bisa jadi berkomitmen yang berlebihan terhadap tim kita dan bertingkah laku terlalu impulsif. Seimbangkan keimpulsivan kita dengan rencana bisnis.

8) The hero

Kita memiliki kemauan dan kemampuan yang luar biasa dalam memimpin dunia bisnis kita melalui segala macam tantangan. Kita adalah

inti dari kewirausahaan dan bisa mengumpulkan banyak perusahaan besar.

Personality alert : Terlalu mengumbar janji dan menggunakan taktik kekuatan penuh untuk mendapatkan sesuatu dengan cara kita tidak akan berhasil dalam jangka waktu panjang. Untuk menjadi sukses, percayailah keterampilan kepemimpinan kita untuk menolong orang lain menemukan jalan mereka.

9) **The healer**

Jika kita adalah seorang 'penyembuh', kita bersifat pengasuh dan penjaga keharmonisan dalam usaha kita. Kita memiliki kemampuan bertahan yang luar biasa dan keteguhan disertai dengan ketenangan dari dalam.

Personality alert: Karena sifat perhatian kita dan kepenyembuhan kita dalam menjalankan usaha, kita bisa jadi menghindari realitas di luar sana dan selalu terlalu berharap. Gunakan skenario perencanaan untuk persiapan datangnya masalah.

Dengan mengetahui 9 (sembilan) tipe kepribadian dalam menjalankan sebuah usaha, kita bisa lebih terarah dalam membangun bisnis. Tetapi yang tak kalah pentingnya adalah pengetahuan mengenai seluk beluk bisnis itu sendiri, termasuk bagaimana cara memasarkannya.

BAB. IV

Karakteristik Wirausaha

Wirausaha adalah seseorang yang bebas dan memiliki kemampuan untuk hidup mandiri dalam menjalankan kegiatan usahanya atau bisnisnya. Seorang wirausaha bebas merancang, menentukan, mengelola

dan mengendalikan semua usahanya. Seseorang yang memiliki jiwa dan sikap wirausaha selalu tidak puas dengan apa yang telah dicapainya. Dari waktu ke waktu, seorang wirausaha selalu meningkatkan usahanya. Ia selalu berkreasi dan berinovasi tanpa henti karena dengan berkreasi dan berinovasilah semua peluang dapat diperolehnya.

Kewirausahaan dan Perdagangan dalam pandangan islam merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan kedalam masalah mu'amalah, yaitu masalah yang berkenaan dengan hubungan yang bersifat horizontal antar manusia dan tetap akan di pertanggungjawabkan kelak di akhirat. Manusia diperintahkan untuk memakmurkan bumi dan membawanya ke arah yang lebih baik serta diperintahkan untuk berusaha mencari rizki. Semangat kewirausahaan diantaranya terdapat dalam QS. Hud:61, QS.Al-Mulk:15 dan QS.Al-Jumuh:10, dimana manusia diperintahkan untuk memakmurkan bumi dan membawanya ke arah yang lebih baik serta diperintahkan untuk berusaha mencari rizki.

Semangat kewirausahaan terdapat dalam Al-Qur'an yang akan di uraikan sebagai berikut, QS.Hud ayat 61:

إِلَيْهِ مِّنْ لَّكُمْ مَا آتَى اللَّهُ عَبْدٌ وَيَقَوْمٍ قَالَ صَلِحًا أَمْ خَا هُمْ تَمُودُ وَإِلَىٰ
أَثَرَفًا سَتَعْفِرُوهُ فِيهَا وَأَسْتَعْمَرُكُمْ الْأَرْضِ مِّنْ أَنْشَأَكُمْ هُوَ غَيْرُهُ
﴿٦١﴾ مَّحِبِّ قَرِيبٍ إِنِّي إِلَيْهِ تُوبُو

"Dia telah menciptakan kamu dari bumi (tanah) dan menjadikan kamu Dan kepada Tsamud (Kami utus) saudara

mereka shaleh. shaleh berkata: "Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada bagimu Tuhan selain Dia. Dia telah menciptakan kamu dari bumi (tanah) dan menjadikan kamu pemakmurnya, karena itu mohonlah ampunan-Nya, kemudian bertobatlah kepada-Nya. Sesungguhnya Tuhanku amat dekat (rahmat-Nya) lagi memperkenankan (doa hamba-Nya)."

Islam sangat menganjurkan umatnya untuk melakukan wirausaha. Banyak ditemukan ayat atau hadits yang mendorong umat Islam untuk berwirausaha, misalnya keutamaan berdagang seperti disebutkan dalam hadits yang artinya:

"Perhatikan olehmu sekalian perdagangan, sesungguhnya di dunia perdagangan itu ada 9 dari 10 pintu rizki (HR. Ahmad). Kemudian Pernah Nabi ditanya Oleh para sahabat: "pekerjaan apa yang paling baik ya Rasulullah ?"beliau menjawab "Seorang bekerja dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang bersih."(HR. Al Bazzar). Oleh karena itu, dalam QS. al-Jumu'ah: 10

شِيرَآللّٰهَ وَآذْكُرُواللّٰهَ فَضَّلْ مِنْ وَابْتَغُواْلْآرْضِ فِى فَاَتَشْرُوْا الصَّلٰوةُ قُضِيَتْ فَاِذَا
تَفْلِحُوْنَ لَعَلَّكُمْ

"..apabila shalat telah ditunaikan maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia (rizki) Allah"

Kewirausahaan ini merupakan salah satu pekerjaan yang dikerjakan oleh para Sahabat Rasulullah SAW, seperti Utsman bin Affan, Abdurrahman bin Auf dan banyak lagi, bahkan Rasulullah SAW pun adalah seorang wirausaha sebelum diangkat menjadi seorang Rasul oleh Tuhannya.

Pada hakekatnya, semua orang memiliki jiwa seorang wirausaha, yang artinya semua orang bisa menjadi wirausaha. Akan tetapi, tidak semua orang bisa menjadi wirausaha yang dapat dikarenakan oleh beberapa faktor, diantaranya faktor ekonomi, faktor lingkungan, dan sebagainya. Faktor ekonomi yang dapat menyebabkan seseorang tidak bisa menjadi seorang wirausaha dapat berupa ketidakadaannya dana untuk membangun sebuah usaha sehingga menghambat orang tersebut tidak berwirausaha. Faktor lingkungan yang menyebabkan seseorang tidak bisa menjadi seorang wirausaha adalah karena masyarakat yang tidak mendukung berjalannya sebuah usaha yang dimiliki oleh orang tersebut. Faktor lain yang dapat menyebabkan orang tidak bisa menjadi wirausaha adalah faktor dari dalam diri orang tersebut, yang dapat berupa kurangnya minat atau keberanian dari dalam diri seseorang untuk menjadi seorang wirausaha. Karena untuk menjadi seorang wirausaha, kita harus siap untuk gagal. Dan hal tersebutlah yang jarang dimiliki oleh masyarakat pada umumnya.

Keengganan masyarakat untuk mendirikan sebuah usaha menjadikan mereka ketergantungan terhadap orang lain. Mereka lebih menyukai bekerja pada orang lain dan dibayar oleh orang lain daripada bekerja untuk diri sendiri dan mempekerjakan orang lain. Padahal, negara-negara berkembang seperti negara Indonesia sangat membutuhkan orang-orang yang mempunyai jiwa wirausaha untuk mengurangi masalah terbesar di Indonesia, yaitu pengangguran.

Berikut ini adalah beberapa ciri-ciri atau karakteristik seorang wirausaha yang jarang dimiliki oleh masyarakat Indonesia.

- 1. Memiliki Rasa Percaya Diri**

Entah karena takut salah atau karena hal lain, masyarakat Indonesia masa kini menjadi tidak memiliki kepercayaan diri. Hal tersebut terbukti saat mereka duduk dibangku pendidikan. Saat ditanya oleh guru atau dosen, jarang diantara mereka yang berinisiatif untuk mengangkat tangan dan menjawab pertanyaan sang guru. Bahkan beberapa diantara mereka lebih memilih ditunjuk daripada mengangkat tangan mereka.

2. Berorientasi pada Tugas dan Hasil

Maksudnya adalah seorang wirausaha harus mempunyai sikap tanggung jawab pada tugas-tugas yang dibebankan kepadanya. Ia juga harus bertanggung jawab pada hasil dari tugas yang dibebankannya. Dan sayangnya, masyarakat Indonesia sangat sedikit yang memiliki sikap ini. Sebagian dari mereka menganggap enteng tugas-tugas yang dibebankan padanya. Misalnya saja, bila seorang mahasiswa diberi tugas yang akan dikumpulkan sampai hari Senin, ia akan mengumpulkan tugasnya pada hari Minggu atau bahkan hari Senin.

3. Berani Mengambil Resiko

Sebagai wirausaha yang baru, seseorang haruslah berani mengambil resiko dan menghadapi resiko apapun terhadap langkah yang telah diambilnya. Seseorang pernah berkata bahwa kita tidak akan pernah memulai sesuatu jika belum pernah mengalami kegagalan.

Richard Cantillon adalah orang pertama yang menggunakan istilah *entrepreneur* di awal abad ke-18. Ia mengatakan bahwa wirausaha adalah seseorang yang menanggung resiko. Dalam mengambil tindakan,

wirausaha hendaknya tidak didasari oleh spekulasi, melainkan perhitungan yang matang. Ia berani mengambil resiko terhadap pekerjaan-nya karena sudah diperhitungkan. Oleh sebab itu, wirausaha selalu berani mengambil resiko yang moderat, yang artinya resiko yang diambil tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah. Keberanian menghadapi resiko yang didukung komitmen yang kuat, mendorong wirausaha untuk terus berjuang mencari peluang sampai memperoleh hasil. Hasil-hasil itu harus nyata/jelas dan objektif, dan merupakan umpan balik (*feedback*) bagi kelancaran kegiatannya.

Kemauan dan kemampuan untuk mengambil resiko merupakan salah satu nilai utama dalam kewirausahaan. Wirausaha yang tidak mau mengambil resiko akan sukar memulai atau berinisiatif. Menurut Angelita S. Bajaro, 'seorang wirausaha yang berani menanggung resiko adalah orang yang selalu ingin jadi pemenang dan menang dengan cara yang baik. Wirausaha kurang menyukai resiko yang terlalu rendah. Keberanian untuk menanggung resiko yang menjadi nilai kewirausahaan adalah pengambilan resiko yang penuh dengan perhitungan dan realistis. Kepuasan yang besar diperoleh apabila berhasil dalam melaksanakan tugas-tugasnya secara realistis. Wirausaha menghindari situasi resiko yang rendah karena dianggap tidak ada tantangannya, dan menghindari situasi resiko yang tinggi karena ingin berhasil.

4. Memiliki Jiwa Kepemimpinan

Kepemimpinan sangat dibutuhkan oleh seorang wirausaha untuk memimpin anak-anak buahnya atau pegawainya. Seseorang tidak akan bisa menjadi

seorang wirausaha bila ia tidak bisa memimpin, baik memimpin diri sendiri maupun memimpin orang lain.

Sebagaimana yang telah disebutkan dalam hadis Nabi Muhammad SAW. *"Setiap kalian adalah pemimpin dan setiap pemimpin harus bertanggung jawab atas kepemimpinannya"*.

Seorang wirausaha yang berhasil selalu memiliki sifat kepemimpinan, kepeloporan dan keteladanan. Ia selalu ingin tampil berbeda, lebih dahulu, dan lebih menonjol. Dengan menggunakan kemampuan kreativitas dan inovasi, ia selalu menampilkan barang dan jasa-jasa yang dihasilkannya lebih cepat, lebih dahulu dan segera berada dipasar. Ia selalu menampilkan produk-produk dan jasa-jasa baru dan berbeda sehingga ia menjadi pelopor yang baik dalam proses produksi maupun pemasaran. Ia selalu memanfaatkan perbedaan sebagai suatu yang menambah nilai. Karena itu, perbedaan bagi seseorang yang memiliki jiwa kewirausahaan merupakan sumber pembaharuan untuk menciptakan nilai. Ia selalu ingin bergaul untuk mencari peluang, terbuka untuk menerima kritik dan saran yang kemudian dijadikan peluang. Seorang wirausaha harus memiliki kemampuan untuk menggunakan pengaruh tanpa kekuatan. Seorang wirausaha juga harus memiliki taktik mediator dan negosiator daripada diktator.

5. Keorisinilan

Keorisinilan atau keaslian maksudnya bahwa orang yang ingin menjadi wirausaha mempunyai ide-ide kreatif yang asli dan murni dari dirinya, bukan dari orang lain atau hasil dari *plagiarism*. Namun sayangnya, kebanyakan masyarakat Indonesia saat ini tak mau berfikir dan mengemukakan pendapatnya

kepada orang lain. Dan karena hal tersebut, kebanyakan masyarakat saat ini lebih menyukai menjiplak pendapat orang lain dan yang lebih parahnya lagi, mereka bisa mengatasnamakan jiplakannya tersebut sebagai hasil karyanya.

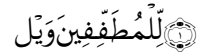
6. Berorientasi ke Masa Depan

Seorang wirausaha harus mempunyai pandangan tentang masa depannya dan sangat bertekad untuk meraih kesuksesan di masa depan. Seorang wirausaha haruslah bisa memprediksi kebutuhan-kebutuhan apa saja yang sangat dibutuhkan oleh mangsa pasarnya di kemudian hari, tidak *stuck* hanya memikirkan kebutuhan-kebutuhan yang dibutuhkan masyarakat saat ini.

Seorang wirausaha hendaknya harus mampu menatap masa depan dengan lebih optimis. Melihat ke depan dengan berfikir dan berusaha. Usaha memanfaatkan peluang dengan penuh perhitungan. Orang yang berorientasi ke masa depan adalah orang yang memiliki perspektif dan pandangan ke masa depan. Karena memiliki pandangan jauh ke masa depan maka ia akan selalu berusaha untuk berkarsa dan berkarya. Kuncinya adalah pada kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru serta berbeda dengan yang sudah ada. Walaupun dengan resiko yang mungkin dapat terjadi, seorang yang perspektif harus tetap tabah dan tekun dalam mencari peluang tantangan demi pembaharuan di masa depan. Pandangan yang jauh ke depan membuat wirausaha tidak cepat puas dengan karsa dan karya yang sudah ada. Karena itu, ia harus mempersiapkannya dengan mencari suatu peluang.

7. Jujur dan Tekun

‘Kejujuran dan ketekunan merupakan kunci kesuksesan,’ begitulah pepatah mengatakan. Ternyata untuk menjadi seorang wirausaha juga dibutuhkan sikap jujur dan tekun. Seperti Firman Allah dalam surah Al Muthaffifi : 1



Artinya:

Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang.

Yang dimaksud dengan orang-orang yang curang di sini ialah orang-orang yang curang dalam menakar dan menimbang, bukan hanya pada pembeli tapi juga Jujur terhadap diri sendiri, keluarga, masyarakat, dan pegawai-pegawainya. Tekun dalam mencari ide-ide baru yang lebih kreatif dari ide-ide yang sudah ada dan tekun dalam merintis usahanya yang baru akan mulai berkembang. Jika seorang wirausaha tidak jujur dan tidak tekun, bisa dipastikan wirausaha tersebut tidak akan berhasil dalam usahanya.

8. Memiliki Motif Berprestasi Tinggi

Para ahli mengemukakan bahwa seseorang memiliki minat dalam berwirausaha karena adanya motif tertentu, yaitu motif berprestasi (*achievement motive*). Menurut Gede Anggan Suhandi, motif berprestasi adalah suatu nilai sosial yang menekankan pada hasrat untuk mencapai yang terbaik guna mencapai kepuasan secara pribadi. Faktor dasarnya adalah kebutuhan yang harus dipenuhi.

Kebutuhan berprestasi wirausaha terlihat dalam bentuk tindakan untuk melakukan sesuatu yang lebih

baik dan lebih efisien dibandingkan sebelumnya. Wirausaha yang memiliki motif berprestasi pada umumnya memiliki ciri-ciri sebagai berikut.

1. Ingin mengatasi sendiri kesulitan dan persoalan-persoalan yang timbul pada dirinya.
2. Selalu memerlukan umpan balik yang segera untuk melihat keberhasilan atau kegagalan.
3. Memiliki tanggung jawab personal yang tinggi.
4. Berani menghadapi resiko dengan penuh perhitungan.
5. Menyukai tantangan dan melihat tantangan secara seimbang. Jika tugas yang diemban seorang wirausaha dirasa sangat ringan, maka wirausaha merasa kurang tantangan, tetapi ia selalu menghindari tantangan yang paling sulit yang memungkinkan pencapaian keberhasilan sangat rendah.

9. Memiliki Kreativitas Tinggi

Menurut Theodore Levite, kreativitas adalah kemampuan untuk berfikir tentang hal-hal baru dan berbeda. Oleh karena itu, menurutnya kewirausahaan adalah berfikir dan bertindak sesuatu yang baru atau berfikir tentang sesuatu yang lama dengan cara-cara yang baru. Menurut Zimmerer dalam bukunya yang ditulis oleh Suryana (2003:24) dengan judul bukunya 'Entrepreneurship and The New Venture Formation', mengungkapkan bahwa ide-ide kreativitas sering muncul ketika wirausaha melihat sesuatu yang telah lama dan berfikir tentang sesuatu yang baru dan berbeda. Oleh karena itu, kreativitas adalah menciptakan sesuatu dari yang asalnya tidak ada. Rahasia kewirausahaan dalam menciptakan nilai tambah barang dan jasa terletak pada penerapan

keaktivitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan meraih peluang yang dihadapi setiap hari.

10. Memiliki Perilaku Inovatif Tinggi

Menjadi wirausaha yang handal tidaklah semudah yang dibayangkan. Namun, wirausaha juga tidak sesulit yang dibayangkan oleh kebanyakan orang, karena walau bagaimanapun setiap orang sedang dalam proses belajar berwirausaha. Setiap wirausaha harus selalu berkreasi dan berinovasi agar usahanya tetap berkembang meski menjamurnya saingan. Sesungguhnya kewirausahaan dalam batas tertentu adalah untuk semua orang. Setiap orang memiliki cita-cita, impian, atau sekurang-kurangnya harapan untuk meningkatkan kualitas hidupnya sebagai manusia. Hal ini merupakan semacam ‘intuisi’ yang mendorong manusia normal untuk bekerja dan berusaha. ‘Intuisi’ ini berkaitan dengan salah satu potensi kemanusiaan, yakni daya imajinasi kreatif yang dapat digunakan untuk berkreasi dan berinovasi.

11. Selalu Memiliki Komitmen dalam Pekerjaan, Etos Kerja dan Tanggung Jawab

Seorang wirausaha harus memiliki jiwa komitmen dalam usahanya dan tekad yang bulat didalam mencurahkan semua perhatiannya pada usaha yang digelutinya. Dalam menjalankan usahanya tersebut, seorang wirausaha yang sukses terus memiliki tekad yang menggebu-gebu dan memiliki semangat yang tinggi dalam mengembangkan usahanya. Ia tidak pernah setengah-setengah dalam berusaha, berani menanggung resiko, selalu bekerja keras, dan tidak takut menghadapi peluang-peluang yang ada. Tanpa usaha yang sungguh-sungguh terhadap pekerjaan

yang digelutinya, wirausaha sehebat apapun pasti akan menemui jalan kegagalan dalam usahanya. Oleh karena itu, penting sekali bagi seorang wirausaha untuk memiliki komitmen terhadap usaha dan pekerjaannya.

12. Mandiri atau Tidak Ketergantungan pada Orang Lain

Sesuai dengan inti dari jiwa kewirausahaan yaitu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui berfikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang dalam menghadapi tantangan hidup, maka seorang wirausaha harus mempunyai kemampuan kreatif dalam mengembangkan ide dan pikirannya terutama dalam menciptakan peluang usaha yang digelutinya tanpa harus bergantung pada orang lain. Seorang wirausaha dituntut untuk selalu menciptakan hal baru dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber yang ada disekitarnya, mengembangkan teknologi baru, menemukan pengetahuan baru, menemukan cara baru untuk menghasilkan barang dan jasa yang baru yang lebih efisien, memperbaiki produk dan jasa yang sudah ada, dan menemukan cara baru untuk memberikan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, seorang wirausaha hendaknya mandiri dan tidak bergantung pada orang lain agar ia dapat lebih berkreasi dan berinovasi dengan kemampuannya.

13. Selalu Mencari Peluang

Esensi kewirausahaan yaitu tanggapan yang positif terhadap peluang untuk memperoleh keuntungan untuk diri sendiri dan atau pelayanan yang lebih baik pada pelanggan dan masyarakat, cara yang etis dan produktif untuk mencapai tujuan, serta

sikap mental untuk merealisasikan tanggapan yang positif tersebut. Pengertian itu juga menampung wirausaha yang bukan pengusaha, termasuk yang mengelola organisasi nirlaba yang bertujuan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik bagi pelanggan/masyarakat.

14. Memiliki Kemampuan Manajerial

Salah satu jiwa kewirausahaan yang harus dimiliki seorang wirausaha adalah kemampuan untuk memanajerial atau mengurus usaha yang sedang digelutinya. Dalam potongan ayat QS.Al-Baqarah:282 Allah berfirman

تَبَّ فَاكْتُبُوهُ مُسَمًّى أَجَلَ إِلَى يَدَيْنِ تَدَانِيْمُ إِذَاءَ امْنُوا الَّذِينَ يَتَابُهَا
تَبَّ اللَّهُ عَلَّمَهُ كَمَا يَكْتُبُ أَنْ كَاتِبِيَابٍ وَلَا بِالْعَدْلِ كَاتِبِيَابِنَكُمْ وَلِيَك
كَانَ فَإِنْ شَيْعًا مِنْهُ يَبْخَسُ وَلَا رَبَّهُ اللَّهُ وَلِيَتَّقِيَ الْحَقُّ عَلَيْهِ الَّذِي وَلِيَمْلِلَ فَلَئِكَ
لِ وَلِيَهُ فَلَئِمْلِلَ هُوَ يَمْلِلُ أَنْ يَسْتَطِيعُ لَا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ سَفِيهًا الْحَقُّ عَلَيْهِ الَّذِي
رَأَتَانِ فَرَجُلٍ رَجُلَيْنِ يَكُونَا لَمْ فَإِنْ رَجَالِكُمْ مِنْ شَهِيدَيْنِ وَأَسْتَشْهَدُ وَأَبَا عَد
حَرَى إِحْدَ لُهُمَا فَتَذَكَّرَ أَحَدَ لُهُمَا تَضِلُّ أَنْ الشُّهَدَاءُ مِنْ تَرْضَوْنَ مِمَّنْ وَأَم
إِلَى كَبِيرًا أَوْ صَغِيرًا تَكْتُبُوهُ أَنْ تَسْمَعُوا أَوْلَادُ عَوَامًا إِذَا الشُّهَدَاءُ يَابٍ وَلَا الْأ
رَّةُ تَكُونُ أَنْ إِلَّا تَرْتَابُوا أَلَّا وَأَدْنَى لِلشَّهَدَةِ وَأَقَوْمُ اللَّهِ عِنْدَ أَقْسَطُ ذِكْرُكُمْ أَجَلِهِ
ذَا وَأَشْهَدُ وَأَتَكْتُبُوهَا أَلَّا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ فَلَيْسَ بَيْنَكُمْ تَدِيرُونَهَا حَاضِرَةً تَجَدَّ

اللَّهُ أَتَقْوَاهُ كُمْ فُسُوقًا فَإِنَّهُ تَفْعَلُوا وَإِنْ شَهِدُوا لَا تَكْتُبُوا وَلَا تَبَايَعْتُمْ
 عَلِيمُ شَيْءٍ بِكُلِّ وَاللَّهُ اللَّهُ وَيُعَلِّمُكُمْ

282. Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah[179] tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, meka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, Maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). jika tak ada dua oang lelaki, Maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa Maka yang seorang mengingatkannya. janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah mu'amalahmu itu), kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, Maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. jika kamu lakukan (yang demikian), Maka Sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha mengetahui segala sesuatu.

[179] Bermuamalah ialah seperti berjualbeli, hutang piutang, atau sewa menyewa dan sebagainya.

Seorang wirausaha harus memiliki kemampuan perencanaan usaha, mengorganisasikan usaha, memvisualisasikan usaha, mengelola usaha dan sumber daya manusia, mengontrol usaha, maupun kemampuan mengintegrasikan operasi perusahaannya yang kesemuanya itu adalah merupakan kemampuan manajerial yang wajib dimiliki dari seorang wirausaha. Tanpa itu semua, seorang wirausaha tidak akan mendapat keberhasilan, melainkan kegagalan.

Selain ciri-ciri, seorang wirausaha juga menunjukkan sifat-sifat yang selalu ditunjukkan dalam kehidupan sehari-harinya adalah sebagai berikut.

1. Disiplin

Dalam melakukan kegiatannya, seorang wirausaha harus memiliki kedisiplinan yang tinggi. Arti kata disiplin itu sendiri adalah ketepatan komitmen wirausaha terhadap tugas dan pekerjaannya. Ketepatan yang dimaksud bersifat menyeluruh, yaitu ketepatan terhadap waktu, kualitas pekerjaan, sistem kerja, dan sebagainya. Ketepatan terhadap waktu dapat dibina dalam diri seseorang dengan berusaha menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan waktu yang direncanakan. Sifat sering menunda pekerjaan dengan berbagai macam alasan adalah kendala yang dapat menghambat seorang wirausaha meraih keberhasilan. Kedisiplinan terhadap komitmen akan kualitas pekerjaan dapat dibina dengan ketaatan wirausaha akan komitmen tersebut. Seorang wirausaha harus taat pada azas yang berlaku. Hal

tersebut akan dapat tercapai jika wirausaha memiliki kedisiplinan yang tinggi terhadap sistem kerja yang telah ditetapkan. Ketaatan wirausaha akan kesepakatan-kesepakatan yang dibuatnya adalah contoh kedisiplinan akan kualitas pekerjaan dan sistem kerja.

2. Berkomitmen Tinggi

Komitmen adalah kesepakatan mengenai sesuatu hal yang dibuat oleh seseorang, baik terhadap dirinya sendiri maupun orang lain. Dalam melaksanakan kegiatannya, seorang wirausaha harus memiliki komitmen yang jelas, terarah dan bersifat progresif (berorientasi pada kemajuan). Komitmen terhadap dirinya sendiri dapat dibuat dengan identifikasi cita-cita, harapan dan target-target yang direncanakan dalam hidupnya. Sedangkan contoh komitmen wirausaha terhadap orang lain terutama konsumennya adalah pelayanan prima yang berorientasi pada kepuasan konsumen, kualitas produk yang sesuai dengan harga produk yang ditawarkan, penyelesaian bagi masalah konsumen, dan sebagainya. Seorang wirausaha yang teguh menjaga komitmennya terhadap konsumen akan memiliki nama baik di mata konsumen, dengan dampak pembelian terus meningkat sehingga pada akhirnya tercapai target perusahaan yaitu memperoleh laba yang diharapkan.

3. Jujur

Kejujuran merupakan landasan moral yang kadang-kadang dilupakan oleh seorang wirausaha. Kejujuran dalam berperilaku bersifat kompleks. Kejujuran mengenai karakteristik produk (barang dan jasa) yang ditawarkan, kejujuran mengenai

promosi yang dilakukan, kejujuran mengenai pelayanan purnajual yang dijanjikan dan kejujuran mengenai segala kegiatan yang terkait dengan penjualan produk yang dilakukan oleh seorang wirausaha.

4. Kreatif dan Inovatif

Untuk memenangkan persaingan, maka seorang wirausaha harus memiliki daya kreativitas yang tinggi. Daya kreativitas tersebut sebaiknya dilandasi oleh cara berpikir yang maju, penuh dengan gagasan-gagasan baru yang berbeda dengan produk-produk yang telah ada di pasar selama ini. gagasan-gagasan yang kreatif umumnya tidak dapat dibatasi oleh ruang, bentuk ataupun waktu. Justru seringkali ide-ide jenius yang memberikan terobosan-terobosan baru dalam dunia usaha awalnya adalah dilandasi oleh gagasan-gagasan kreatif yang kelihatannya mustahil.

5. Mandiri

Seseorang dikatakan mandiri apabila orang tersebut dapat melakukan keinginan dengan baik tanpa adanya ketergantungan pihak lain dalam mengambil keputusan atau bertindak, termasuk mencukupi kebutuhan hidupnya tanpa adanya ketergantungan dengan pihak lain. Kemandirian merupakan sifat mutlak yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha. Pada prinsipnya seorang wirausaha harus memiliki sikap mandiri dalam memenuhi kegiatan usahanya.

6. Realistis

Seseorang dikatakan realistis bila orang tersebut mampu menggunakan fakta atau realita sebagai landasan berfikir yang rasional dalam setiap pengambilan keputusan maupun tindakan atau

perbuatannya. Banyak seorang calon wirausaha yang berpotensi tinggi, namun pada akhirnya mengalami kegagalan hanya karena wirausaha tersebut tidak realistis, obyektif dan rasional dalam pengambilan keputusan bisnisnya. Karena itu dibutuhkan kecerdasan dalam melakukan seleksi terhadap masukan-masukan atau sumbang saran yang berkaitan erat dengan tingkat keberhasilan usaha yang sedang dirintis.

7. Selalu berusaha untuk berprestasi, berorientasi pada laba, memiliki ketekunan dan ketabahan, memiliki tekad yang kuat, suka bekerja keras, energik, dan memiliki inisiatif.
8. Memiliki kemampuan mengambil risiko dan suka pada tantangan.
9. Bertingkah laku sebagai pemimpin, dapat bergaul dengan orang lain dan suka terhadap saran dan kritik yang membangun.
10. Memiliki persepsi dan cara pandang yang berorientasi pada masa depan.
11. Memiliki keyakinan bahwa itu sama dengan kerja keras.

Seperti dalam firman Allah dalam surah At Taubah : 105

وَبِالْمُؤْمِنُونَ وَرَسُولُهُ عَمَلُكُمْ اللَّهُ فَيَسِيرَىٰ أَعْمَلُوا أَوْ قَلِ
تَعْمَلُونَ كُنتُمْ بِمَا فَعَلْتُمْ كُنتُمْ وَالشَّهَادَةُ الْغَيْبِ عَلِيمًا إِلَىٰ وَسْتَد



Artinya:

Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan

kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.

Menurut Zimmerer, ada beberapa faktor yang dapat menyebabkan kegagalan seorang wirausaha, diantaranya:

1. *Tidak kompeten dalam manajerial*. Tidak kompeten atau tidak memiliki kemampuan dan pengetahuan mengelola usaha merupakan faktor penyebab utama yang membuat perusahaan kurang berhasil.
2. *Kurang berpengalaman*. Baik dalam kemampuan mengkoordinasikan, ketrampilan mengelola sumber daya manusia, maupun kemampuan mengintegrasikan operasi perusahaan.
3. *Kurang dapat mengendalikan keuangan*. Agar perusahaan dapat berhasil dengan baik, faktor yang paling utama dalam keuangan adalah memelihara aliran kas. Mengatur pengeluaran dan penerimaan secara cermat. Kekeliruan dalam memelihara aliran kas akan menghambat operasional perusahaan dan mengakibatkan perusahaan tidak lancar.
4. *Gagal dalam perencanaan*. Perencanaan merupakan titik awal dari suatu kegiatan, sekali gagal dalam perencanaan maka akan mengalami kesulitan dalam pelaksanaan.
5. *Lokasi yang kurang memadai*. Lokasi usaha yang strategis merupakan faktor yang menentukan keberhasilan usaha. Lokasi yang tidak strategis dapat mengakibatkan perusahaan sukar beroperasi karena kurang efisien.
6. *Kurangnya pengawasan peralatan*. Pengawasan erat kaitannya dengan efisiensi dan efektivitas. Kurang

pengawasan dapat mengakibatkan penggunaan alat tidak efisien dan tidak efektif.

7. *Sikap yang kurang bersungguh-sungguh dalam berusaha.* Sikap yang setengah-setengah terhadap usaha akan mengakibatkan usaha yang dilakukan menjadi labil dan gagal. Dengan sikap setengah hati, kemungkinan gagal menjadi lebih besar.
8. *Ketidakmampuan dalam melakukan peralihan atau transisi kewirausahaan.* Wirausaha yang kurang siap menghadapi dan melakukan perubahan, tidak akan menjadi wirausaha yang berhasil. Keberhasilan dalam berwirausaha hanya bisa diperoleh apabila berani mengadakan perubahan dan mampu membuat peralihan setiap waktu.

Jadi, dapat kita simpulkan bahwa ternyata mendirikan atau mempunyai sebuah usaha atau bisnis tidaklah gampang dan tidak semua orang bisa melakukannya. Tetapi, kita harus tetap yakin bahwa kita pasti mampu melakukannya. Kalau orang lain bisa, kenapa kita tidak?

Prof. Iman S Sukardi, dia menemukan terdapat sembilan (9) karakteristik tingkah laku kewirausahaan yang paling sering ditemukan dalam penelitian-penelitian terhadap [wirausaha](#) berhasil di seluruh dunia Karakter tersebut antara lain:

- 1. Sifat Instrumental**

Dia dalam berbagai situasi selalu memanfaatkan segala sesuatu yang ada dalam lingkungannya demi tercapainya tujuan pribadi dalam berusaha.

- 2. Sifat Prestatif**

Dia dalam berbagai situasi selalu tampil lebih baik, lebih efektif dibandingkan dengan hasil yang tercapai sebelumnya.

3. Sifat Keluwesan Bergaul

Dia selalu berusaha untuk cepat menyesuaikan diri dalam berbagai situasi hubungan antar manusia. Dia aktif bergaul, membina kenalan-kenalannya dan mencari kenalan baru, serta berusaha untuk dapat terlibat dengan mereka yang ditemui dalam kegiatan sehari-hari.

4. Sifat Kerja Keras

Dia selalu terlibat dalam situasi kerja, tidak mudah menyerah sebelum pekerjaan selesai. Dia mengutamakan kerja dan mengisi waktu yang ada dengan perbuatan nyata untuk mencapai tujuan. Seperti dalam Hadis Ashim bin Ubaidillah tentang kecintaan Allah terhadap orang yang berkarya

عن عاصم بن عبد الله ، عن سالم ، عن أبيه ، قال : قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : { إن الله يحب المؤمن المحترف } وفي رواية ابن عبدان : { (أخرجه البيهقي) }

Dari Ashim bin Ubaidillah, dari Salim, dari bapaknya, dia berkata, Rasulullah SAW. telah bersabda "sesungguhnya Allah mencintai seorang mukmin yang berkarya/ bekerja keras." Dan di dalam riwayat Ibnu Abdan, "pemuda yang berkarya/ bekerja keras." (H.R. Baihaqy)

5. Sifat Keyakinan Diri

Dia selalu percaya pada kemampuan diri, tidak ragu-ragu dalam bertindak, bahkan berkecenderungan untuk melibatkan diri secara langsung dalam berbagai situasi dengan

optimisme untuk berhasil. Seperti dalam firman Allah:

مَّا لَّهِ أَرَادَ إِذَا بَأْسُنَا بِمَا يَغْيُرُوا حَتَّىٰ بَقَوْا مِمَّا يَغْيُرُ لَا إِلَهَ إِلَّا
﴿١٠﴾ وَالَّذِينَ دُونَهُ مِنْ لَهُمْ وَمَالُهُمْ مَرَدَفًا سَوْءَ آيَقُو

Artinya:

".....Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain dia." (QS:Ar-Ra'd :11)

Dengan melihat realita secara jujur dan objektif, maka orang sadar bahwa menumbuhkan mental wirausaha merupakan terobosan yang penting dan tidak dapat ditunda-tunda lagi, kita semua harus berfikir untuk melihat dan melangkah ke arah sana.

Dalam islam, baik dari segi konsep maupun praktek, aktivitas kewirausahaan bukanlah hal yang asing, justru inilah yang sering dipraktikkan oleh Nabi, istrinya, para sahabat dan juga para ulama di tanah air. Lembaga pendidikan melalui para praktisinya harus lebih konkret dalam menyiapkan program kegiatan pembelajaran yang benar-benar dapat mendorong tumbuh dan berkembangnya spirit kewirausahawan mulai dari sekolah dasar sampai perguruan tinggi.

6. Sifat Pengambilan Resiko

Dia selalu memperhitungkan keberhasilan dan kegagalan dalam setiap kegiatannya khususnya untuk mencapai keinginannya. Dia akan melangkah bila kemungkinan untuk gagal tidak terlalu besar.

7. Sifat Swa Kendali

Dia dalam menghadapi berbagai situasi selalu mengacu pada kekuatan dan kelemahan pribadi dan batas-batas kemampuan dalam berusaha. Dia selalu menyadari dengan adanya pengendalian diri ini maka setiap kegiatannya menjadi lebih terarah dalam mencapai tujuannya.

8. Sifat Inovatif

Dia selalu mendekati berbagai masalah dengan berusaha menggunakan cara-cara baru yang lebih bermanfaat. Dia terbuka terhadap gagasan, pandangan, dan penemuan baru yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kinerjanya. Dia tidak terpaku pada masa lalu, tapi selalu berpandangan ke depan untuk mencari cara-cara baru atau memperbaiki cara-cara yang biasa dilakukan orang lain untuk peningkatan kinerja. Dia cenderung melakukan sesuatu dengan cara yang khas, unik dari hasil pemikirannya. Termasuk dalam sifat inovatif ini adalah kecenderungan untuk selalu meniru tetapi melalui penyempurnaan tertentu (imitatif inovatif).

9. Sifat Kemandirian

Dia selalu mengembalikan perbuatannya sebagai tanggung jawab pribadi. Keberhasilan dan kegagalan merupakan konsekuensi pribadi wirausaha . Dia mementingkan otonomi dalam

bertindak, pengambilan keputusan dan pemilihan berbagai kegiatan dalam mencapai tujuan. Dia lebih senang bekerja sendiri, menentukan dan memilih cara kerja yang sesuai dengan dirinya. Ketergantungan pada orang lain merupakan suatu yang bertentangan dengan kata hatinya. Dia dapat saja bekerja dalam kelompok selama mendapat kebebasan bertindak dan dalam mengambil keputusan.

Selain karakteristik yang harus dimiliki wirausaha seperti tersebut di atas, juga terdapat ciri-ciri yang harus dimiliki wira- usaha. Ciri-ciri wirausaha ini disebutkan dalam Instruksi Presi- den No.4 Tahun 1995. Dalam **Instruksi Presiden No.4 Tahun 1995** disebutkan bahwa untuk menjadi wirausaha yang andal, tangguh, dan unggul terdapat ciri-ciri yang harus dimiliki oleh wirausaha.

Menjadi pengusaha sukses adalah impian bagi setiap calon pengusaha. Namun untuk mencapainya tidaklah semudah membalikkan telapak tangan. Ada banyak hal yang harus dilakukan untuk menjadi pengusaha sukses. Yang paling penting diantaranya adalah merubah pola pikir dan membangun karakter. Karena menjadi pengusaha adalah sebuah pekerjaan yang membutuhkan banyak pengorbanan dan menghadapi banyak resiko di dalamnya. Sehingga sebelum betul-betul terjun ke dunia usaha, seorang calon pengusaha harus mempersiapkan segalanya dengan matang, terutama menyiapkan mentalnya.

1. Merubah pola pikir

Pola pikir atau yang biasa juga disebut mindset, merupakan cara pandang seseorang terhadap

sesuatu, yang kemudian melahirkan analisa dan kesimpulan berdasarkan wawasan dan tingkat pemahaman yang dimilikinya. Sehingga, seorang calon pengusaha harus memiliki cara pandang yang berbeda dari orang biasa. Dan oleh karena pengusaha adalah orang yang kegiatannya selalu berorientasi pada keuntungan (profit), maka seorang calon pengusaha harus mampu berfikir bagaimana agar sesuatu itu dapat memberikan keuntungan atau nilai lebih bagi dirinya. Untuk itu, seorang calon pengusaha harus dapat merubah nilai suatu barang dari tidak memiliki nilai sama sekali menjadi bernilai dan berdaya guna lebih. Atau dengan kata lain, seorang pengusaha harus mampu merubah sampah menjadi emas.

Merubah sampah menjadi emas sepertinya tidak mungkin untuk dilakukan, karena sampah dan emas adalah dua objek yang berbeda jenis dan teksturnya. Sampah adalah sesuatu yang dianggap sudah tidak memiliki nilai dan manfaat setelah masa pakainya habis. Dan emas adalah hasil olah dari sumber daya yang diperoleh dari perut bumi. Akan tetapi, dibalik dari kalimat tersebut tersirat makna bahwa menjadi seorang pengusaha akan berhadapan dengan banyak tantangan dan peluang, sekaligus resiko. Kemampuan memanej peluang, tantangan dan resiko inilah yang kemudian membutuhkan karakter yang kuat dari seorang pengusaha

2. Merubah Karakter

Karakter adalah situasi pribadi seseorang yang berpengaruh dalam pengambilan keputusan. Untuk membangun karakter yang kuat, dibutuhkan

motivasi dan komitmen yang tinggi agar tantangan yang dihadapi selama dalam proses mengelola usaha tidak menjadikan mentalnya lemah, yang dapat berimplikasi pada macetnya usaha yang dijalankan. Diantara beberapa situasi pribadi yang sangat penting untuk diperbaiki adalah:

- a. Motivasi
- b. Berkomitmen Tinggi
- c. Pekerja Keras
- d. Kreatif dan Inovatif
- e. Berani Mengambil Resiko
- f. Mampu Membuat Keputusan yang Tepat
- g. Pantang Menyerah
- h. Jujur dan Bertanggungjawab
- i. Didukung oleh Keluarga
- j. Gemar Berbagi

Di atas semua itu, tentunya kebulatan tekad seorang calon pengusaha menjadi faktor pendorong yang utama untuk dimiliki. Kebulatan tekad untuk merubah keadaan menjadi lebih baik dan berpindah dari zona nyaman ke zona yang penuh tantangan dan peluang meskipun beresiko, serta membutuhkan keberanian untuk menjalaninya.

Gooffrey G. Meredith (1996; 5-6) mengemukakan ciri-ciri dan watak kewirausahaan seperti berikut :

Ciri	Watak
ya diri	Keyakinan, kemandirian, individualitas, dan optimisme.
ientasikan	Kebutuhan akan prestasi, berorientasi pada laba, memiliki ketekunan dan ketabahan, memiliki tekad yang

dan hasil	kuat, suka bekerja keras, energik dan memiliki inisiatif.
mambil resiko	Memiliki kemampuan mengambil resiko dan suka pada tantangan.
mimpinan	Bertingkah laku sebagai pemimpin, bergaul dengan orang lain, suka terhadap kritik dan saran yang membangun.
sinilan	Memiliki inovasi dan kreativitas tinggi, fleksibel, serta bisa dan memiliki jaringan bisnis yang luas.
orientasi ke masa n	Persepsi dan memiliki cara pandang/ cara pikir yang berorientasi pada masa depan.
dan tekun	Memiliki keyakinan bahwa hidup itu sama dengan kerja.

Dalam *Enterpreneurship and Small Enterprise Development Report* (1986) yang dikutip oleh **M. Scarborough dan Thomas W. immerer** 1993;5) dikemukakan beberapa karakteristik kewirausahaan yang berhasil, Diantaranya memiliki ciri-ciri :

1. Proaktif
yaitu berinisiatif dan tegas. Berorientasi pada prestasi, yang tercermin dalam padangan dan bertindak terhadap peluang, orientasi efisiensi, mengutamakan kualitas pekerjaan, berencana, dan mengutamakan monitoring. Komitmen kepada orang lain, misalnya dalam mengadakan kontrak dan hubungan bisnis.
2. Berpikir Kreatif dalam Kewirausahaan

Karakteristik Wiraswasta (1985) menurut **Suhadi** :

- a. Percaya pada kemampuan diri sendiri
- b. Mampu menghadapi persoalan dengan baik
- c. Berpandangan luar jauh ke depan
- d. Mempunyai keuletan mental
- e. Lincah dalam berusaha
- f. Berupaya mengembangkan sayap
- g. Berani mengambil resiko
- h. Berguru kepada pengalaman

Bob Sadino, pengusaha sukses sekaligus pendiri Kemfood dan Kemchick, mengemukakan 5 karakter yang harus dimiliki seorang wirausahawan agar sukses menjalankan bisnis pribadinya.

- **Memiliki kemauan yang keras.** Memulai sesuatu, apapun itu, bukanlah sesuatu yang gampang. Kendala dan masalah pasti dihadapi oleh orang yang baru akan memulai sebuah kegiatan. Hal ini juga berlaku dalam bisnis pribadi. Membuka bisnis pribadi tidak semudah membalikkan telapak tangan. Untuk itu, calon wirausahawan harus memiliki kemauan yang keras agar dapat menghadapi kendala dan masalah di masa-masa awal bisnisnya.
- **Bertekad kuat.** Ketika bisnis pribadi telah didirikan, permasalahan selanjutnya adalah menaati *action plan* yang telah dirancang. *Action plan* berisi langkah-langkah konkret yang menjadi panduan wirausahawan dalam menjalankan bisnisnya. Sering terjadi, kendala yang ditemui pebisnis di lapangan membuat ia harus berimprovisasi dan mengambil langkah yang tidak tertuang dalam *action plan*. Agar bisnis tidak melenceng jauh dari target yang sudah dirancang, wirausahaan harus memiliki komitmen dan tekad yang

kuat untuk selalu konsisten menjalankan bisnis. Target dan rencana kerja yang sudah disusun harus dijalankan semaksimal mungkin agar misi awal didirikannya bisnis dapat dicapai.

- **Berani mengambil risiko.** Ketakutan untuk mengambil keputusan akan membuat bisnis berjalan di tempat. *Risiko berbisnis* salah satunya adalah kerugian. Namun, bukan berarti risiko tersebut menuntut pebisnis untuk selalu 'bermain aman'. Keberanian untuk berinovasi dan mencoba strategi baru dibutuhkan untuk perkembangan bisnis.
- **Tahan banting dan tidak cengeng.** Apapun profesi yang dilakoni seseorang, dapat dipastikan akan selalu ada tantangan dan cobaan yang harus dihadapi. Begitu pula dengan profesi wirausahawan. Halangan teknis maupun non-teknis akan selalu ditemui wirausahawan setiap harinya. Untuk bertahan dalam situasi sulit, dibutuhkan ketahanan mental yang kuat. Pebisnis diharapkan tidak larut dalam kesedihan yang terlalu dalam jika bisnisnya sedang terguncang. Hal yang lebih penting yang harus dilakukan pebisnis adalah mencari solusi dari permasalahan tersebut dan yakin bahwa guncangan yang menerpa bisnisnya akan berlalu.
- **Ikhlas dan selalu bersyukur.** Karakter ini memang terkesan absurd namun sedikit banyak menunjang keberhasilan pebisnis dalam berwirausaha. Sikap hati yang tulus dan selalu bersyukur kepada Tuhan membuat seorang pebisnis menjalankan usahanya dengan sistem *go-with-the-flow*. Rasa ikhlas dan syukur ini membuat pebisnis dapat memaknai setiap hasil yang didapat dari bisnisnya, sekecil apapun profit usaha yang ia peroleh.

Karakteristik/Konsep Wirausaha Menurut By Grave yang di kenal dengan sebutan 10D yaitu:

1. Dream (Mimpi)
Wirausahawan memiliki visi atas masa depan seperti apa yang mereka dan usaha mereka ingin hadapi. Dan, lebih penting lagi, mereka memiliki kemampuan mengimplementasikan mimpi mereka.
2. Decisiveness (Ketegasan)
Mereka tidak pernah menanggguh-nangguhkan waktu. Mereka membuat keputusan dengan cepat. Kecepatan mereka merupakan faktor kunci kesuksesan mereka.
3. Doers (Pelaku)
Sekali mereka menentukan suatu jenis tindakan, mereka melaksanakannya secepat mungkin.
4. Determination (Determinasi)
Mereka mengimplementasikan usaha mereka dengan komitemn total. Mereka jarang menyerah, bahkan pada saat menjumpai kesulitan yang tampaknya tidak mungkin diatasi.
5. Dedication (Dedikasi)
Mereka berdedikasi total terhadap bisnisnys, kadangkala mengorbankan hubungan mereka dengan kawan atau keluarganya. Mereka bekerja tak kenal lelah. Dua belas jam sehari dan tujuh hari seminggu bukan merupakan hal yang tidak biasa bagi seorang wirausahawan yang memperjuangkan tinggal landas bagi usahanya.
6. Devotion (Pengabdian)
Wirausahawan mencintai apa yang dikerjakannya. Rasa cinta inilah yang menahan mereka ketika usaha mereka mendapat kesulitan. Dan rasa cinta akan produk atau jasa merekalah yang

menyebabkan mereka sangat efektif dalam menjualnya.

7. Details (Cermat)

Dikatakan bahwa setan berdiam dalam rincian. Tidak ada yang lebih tepat menggambarkan daripada saat memulai dan meningkatkan bisnis. Wirausahawan harus menguasai rincian yang bersifat kritis.

8. Destiny (Nasib)

Mereka ingin bertanggung jawab atas nasib mereka sendiri daripada bergantung kepada seorang atasan.

9. Dollars (Uang)

Menjadi kaya bukanlah motivator utama bagi seorang wirausahawan. Uang lebih berarti sebagai ukuran kesuksesannya. Mereka menganggap jika mereka sukses, mereka akan diberi penghargaan.

10. Distribute (Distribusi tugas)

Wirausahawan mendistribusikan kepemilikan bisnisnya kepada karyawan kunci yang merupakan faktor penting bagi kesuksesan bisnisnya.

BN Marbun (1993) memiliki pendapat sendiri mengenai karakteristik wirausahawan.

Ciri-ciri	Watak
Percaya diri	Keyakinan Ketidaktergantungan Individualisme Optimisme
Berorientasi pada tugas	Kebutuhan akan prestasi

dan hasil	Berorientasi pada laba Ketekunan dan ketabahan Kerja keras
Pengambilan resiko	Mempunyai dorongan kuat Enerjik dan berinisiatif Kemampuan mengambil resiko
Kepemimpinan	Suka pada tantangan Bertingkah laku sebagai pemimpin Dapat bergaul dengan orang lain Menanggapi saran-saran dan kritik
Keorisinilan	Inovatif, kreatif, dan fleksibel Punya banyak sumber Serba bisa Mengetahui banyak
Berorientasi ke masa depan	Pandangan kemasa depan Perseptif

Menurut **Fadel Muhammad**, ada tujuh ciri yang merupakan identitas seorang wirausahawan, yaitu

- a. Kepemimpinan;
- b. Inovasi;
- c. Cara pengambilan keputusan;
- d. Sikap tanggap terhadap perubahan;
- e. Bekerja ekonomis dan efisien;
- f. Visi masa depan
- g. Sikap terhadap resiko

Menurut **Drs. Wasty Soemanto, M. pd**, tanda manusia wiraswasta adalah berkepribadian kuat dengan ciri-ciri sebagai berikut :

- a. Memiliki moral yang tinggi;
- b. Sikap mental wiraswasta;
- c. Kepekaan terhadap arti lingkungan;
- d. Keterampilan usaha.

Menurut **Mc. Celland**, Wirausahawan memiliki karakteristik sebagai berikut :

- a. Keinginan untuk berprestasi;
- b. Keinginan untuk bertanggung jawab;
- c. Preferensi kepada resiko-resiko menengah;
- d. Persepsi kepada kemungkinan hasil;
- e. Rangsangan oleh umpan balik;
- f. Aktivitas energik;
- g. Orientasi ke masa depan;
- h. Ketrampilan dalam pengorganisasian;
- i. Sikap tentang uang.

Menurut **Zimmer dan Scarborough**, karakteristik wirausahawan yang sukses adalah sebagai berikut :

1. Memiliki komitmen tinggi terhadap tugasnya. Boleh dikata setiap saat pikirannya tidak lepas dari perusahaannya.
2. Mau bertanggung jawab. Apa saja tindakan yang ia lakukan selalu diikuti dengan rasa penuh tanggung jawab, ia tidak takut rugi.
3. Keinginan bertanggung jawab ini erat hubungannya dengan mempertahankan *internal locus of control*, yaitu minat kewirausahaan dalam dirinya.

4. Peluang untuk mencapai obsesi. Seorang wirausaha mempunyai obsesi untuk mencapai prestasi tinggi dan ini bisa diciptakan.
5. Toleransi menghadapi resiko kebimbangan dan ketidakpastian.
6. Mempunyai keyakinan pada dirinya.
7. Kreatif dan fleksibel.
8. Ingin memperoleh balikan segera. Ia mempunyai keinginan yang kuat untuk menggunakan pengetahuan dan pengalaman, guna memperbaiki penampilannya.
9. Energik tinggi. Seorang wirausahawan lebih energik jika dibandingkan dengan rata-rata orang lain.
10. Motivasi untuk lebih unggul dari apa yang sudah ia kerjakan.
11. Berorientasi ke masa depan.
12. Mau belajar dari kegagalan. Seorang wirausaha tidak takut gagal, ia memusatkan perhatiannya pada kesuksesannya di masa depan dan menggunakan kegagalan ini sebagai guru yang berharga.
13. Kemampuan memimpin. Seorang wirausaha harus mampu menjadi pendamping yang baik, ia mempunyai sumber daya manusia dengan berbagai macam karakteristiknya. Ia juga memimpin sumber daya manusia yang harus dikelola sebaik-baiknya

Karakteristik khusus wirausaha dapat digolongkan menjadi :

1. Berorientasi pada tindakan, "Mereka melakukan, membetul kannya, mencoba".

2. Memiliki kemampuan untuk memvisualisasikan langkah-langkah dari gagasan sampai aktualisasi.
3. Menjadi pemikir dan pelaku, perencana dan pekerja.
4. Terlibat, menerapkan langsung
5. Dapat mentolerir ambiguitas
6. Menerima resiko tetapi memahami dan mengelolanya
7. Mengatasi, bukan menghindari, kekeliruan, mereka tidak mengakui mereka di kalahkan.
8. Memandang diri sendiri sebagai seorang yang bertanggung jawab atas nasib mereka sendiri.
9. Percaya pada penciptaan pasar untuk gagasan mereka, bukan sekedar menanggapi permintaan pasar yang ada.

Keberhasilan seorang wirausaha untuk mengembangkan bisnisnya tergantung pada kecerdasan, imajinasi, dan kekuatan keinginan individu yang bersangkutan. Sedikit keberuntungan diperlukan, tetapi dapat diargumentasikan bahwa tidak ada keberuntungan mengubah visi menjadi realita lebih berupa kerja keras, di samping imajinasi dan kemampuan yang mampu merubah karir individu menjadi sukses. (Rachbini, 2001 :100)

Kaum entrepreneur (wirausaha) sangat besar artinya bagi kemajuan perekonomian, para wirausaha mempunyai katalisator dan menunjang perkembangan arus [investasi](#) sehingga ikut memperkuat pembangunan ekonomi yang tengah berlangsung.

Dalam proses pembentukan wirausaha tersebut memerlukan pengembangan sumber daya manusia, meliputi bagaimana orang melakukan aktifitas wirausaha dalam hal ini distributor MLM, tujuan

berwirausaha, proses pengambilan keputusan terjun ke MLM. Di dalam MLM distributor disebut knowledge walker, orang-orang ini selalu belajar dan belajar dengan cepat, sehingga dapat bertahan dan maju dalam karirnya.

Pilihan menjadi wirausaha lewat MLM diperlukan kreativ, inovatif keberanian mengambil resiko, mendorong perubahan dalam pengembangan karirnya. (Riyanti D, 2002) Bird memberikan beberapa pendapat yakni pertama, dipandang dari segi energi dan dorongan serta daya fisik yang kuat sehingga ingin berkarir sebagai wirausaha (distributor) MLM. Kedua, wirausaha (distributor), yang memulai pada usia tua, tidak memiliki masa karier yang panjang sebagaimana orang muda, walaupun mungkin lebih cepat berhasil karena faktor pengalaman. (Bird, 1989 : 271)

Vernon A. Musseleman (1989:155), beberapa ciri kewirausahaan dalam bentuk sebagai berikut:

1. memiliki keinginan yang kuat untuk berdiri sendiri.
2. Memiliki kemauan uantuk mengambil resiko.
3. Memilki kemampuan untuk belajar dari pengalaman.
4. Mampu memotivasi diri sendiri.
5. Memiliki semangat untuk bersaing.
6. Memiliki semangat untuk kerja keras.
7. Memiliki kepercayaan diri yang besar.
8. Memiliki dorongan untuk berprestasi.
9. Tingkat energi yang tinggi.
10. Tegas
11. Yakin terhadap kemampuan diri sendiri

BAB. V

Nilai-Nilai Hakiki Kewirausahaan

Kewirausahaan pada hakikatnya adalah sifat, ciri dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia nyata secara kreatif. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Kreatifitas adalah berfikir sesuatu yang baru, inovasi adalah bertindak melakukan sesuatu yang baru.

Sujuti membagi nilai-nilai kewirausahaan dalam dua dimensi yaitu :

1. Pasangan system nilai kewirausahaan yang berorientasi materi dan non materi.
2. Nilai-nilai yang berorientasi pada kemajuan dan nilai-nilai kebiasaan.

Penerapan masing-masing nilai tergantung pada focus dan tujuan masing-masing wirausaha. Empat nilai dengan orientasi dan ciri masing-masing, dengan adalah sebagai berikut :

1. Wirausaha yang berorientasi kemajuan untuk memperoleh materi, ciri-cirinya pengambil resiko, terbuka terhadap teknologi dan mengutamakan materi.
2. Wirausaha yang berorientasi pada kemajuan tetapi bukan untuk mengejar materi. Wirausaha ini hanya ingin mewujudkan rasa tanggung jawab, pelayanan, sikap positif dan kreativitas.
3. Wirausaha yang berorientasi pada materi dengan berpatokan pada kebiasaan yang sudah ada, misal : perhitungan usaha dengan kira-kira, sering menghadap kearah tertentu (aliran fengshui) supaya berhasil.
4. Wirausaha yang berorientasi pada non materi, bekerja berdasarkan kebiasaan dan biasanya tergantung pada pengalaman, berhitung dengan

menggunakan mistik, paham etnosentris dan taat pada tata cara leluhur.

Terdapat beberapa nilai hakiki penting dari kewirausahaan, yaitu :

1. Percaya diri

Kepercayaan diri adalah sikap dan keyakinan seseorang dalam melaksanakan dan menyelesaikan tugas-tugasnya. Kepercayaan diri memiliki nilai keyakinan, optimisme individualitas dan ketidaktergantungan. Seseorang yang memiliki kepercayaan diri cenderung memiliki keyakinan akan kemampuannya untuk mencapai keberhasilan (Zimmerer, 1996: 7).

Kepercayaan diri tersebut sesuai dengan firman Allah swt. Dalam Q.S Al-Baqarah 2:275

يَا كُفْرَانَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ
مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ
وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَن جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا
سَرَّهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا



Artinya:

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”

Ayat tersebut menggambarkan tentang seseorang yang mengambil atau memakan harta orang lain. Dimana mereka berpendapat bahwa jual beli itu sama halnya dengan riba. Orang seperti ini merupakan orang yang tidak memiliki rasa percaya diri yang kuat. Oleh sebab itu ia mengambil atau memakan harta orang lain agar dapat bertahan hidup dengan mengatakan bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal sudah jelas bahwa Allah swt. Menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang yang seperti ini biasanya tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila.

Kepercayaan diri ini bersifat internal, dinamis dan banyak ditentukan oleh kemampuan untuk memulai, melaksanakan dan menyelesaikan suatu pekerjaan. Orang yang percaya diri memiliki kemampuan untuk menyelesaikan pekerjaan dengan sistematis, berencana, efektif dan efisien. Kepercayaan diri juga selalu ditunjukkan oleh ketenangan, ketekunan, kegairahan dan kemantapan dalam melakukan setiap pekerjaan. Kepercayaan diri juga berpengaruh pada gagasan, karsa, inisiatif, kreatifitas, ketekunan, semangat kerja keras dan kegairahan berkarya.

2. Berorientasi pada tugas dan hasil.

Seseorang yang selalu mengutamakan tugas dan hasil adalah orang yang selalu mengutamakan nilai-nilai motif berprestasi, berorientasi pada laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, energik dan berinisiatif. Berinisiatif adalah keinginan untuk selalu mencari dan memulai sesuatu dengan tekad yang kuat.

3. Keberanian mengambil resiko.

Kemauan dan kemampuan untuk mengambil resiko merupakan salah satu utama dalam kewirausahaan. Wirausaha yang tidak mau mengambil resiko akan sukar dalam memulai atau berinisiatif, menurut Angelita S. Bajaro, seorang wirausaha yang berani menanggung resiko adalah orang yang selalu ingin jadi pemenang dan memenangkan

dengan cara yang baik (Yuyun Wirasasmita, 1994: 2).

Seseorang yang ingin menjadi pemenang dan memenangkannya dengan cara yang baik dalam berwirausaha didukung oleh firman Allah swt. Dalam Q.S An-Nisa 4:29

الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ
لِإِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
كُلُّكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا



Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Ayat tersebut menggambarkan tentang seseorang yang berwirausaha dengan jalan yang benar, dimana seseorang tersebut lebih berani mengambil resiko duniawi yaitu kegagalan dalam usahanya dibandingkan dengan resiko ukhrawi yaitu siksa api neraka.

Wirausaha adalah orang yang lebih menyukai usaha-usaha yang lebih menantang

untuk mencapai kesuksesan atau kegagalan dari pada usaha yang kurang menantang. Oleh sebab itu, wirausaha kurang menyukai resiko yang terlalu rendah atau terlalu tinggi, resiko yang terlalu rendah akan memperoleh sukses yang relatif rendah. Sebaliknya, resiko yang tinggi kemungkinan memperoleh kesuksesan yang tinggi, tetapi dengan kegagalan yang sangat tinggi. Oleh sebab itu, ia akan lebih menyukai resiko yang seimbang (moderat). Wirausaha menghindari suatu resiko yang rendah karena tidak ada tantangan dan menjauhi situasi resiko yang tinggi karena ingin berhasil.

- Keuntungan yang besar akan menanggung resiko yang besar pula
Keberanian menanggung resiko bergantung pada :
 1. Daya tarik setiap alternatif.
 2. Siap mengalami kerugian.
 3. Kemungkinan relatif untuk sukses atau

gagal.

Kemampuan untuk mengambil resiko :

1. Keyakinan diri.
2. Kesedian untuk menggunakan kemampuan.
3. Kemampuan untuk menilai resiko.

4. **Kepemimpinan.**

wirausaha yang berhasil selalu memiliki sifat kepemimpinan, kepeloporan dan keteladanan. Ia ingin selalu ingin tampil berbeda, menjadi yang pertama,

dan lebih menonjol. Kepemimpinan kewirausahaan juga harus mampu berfikir divergen dan konvergen.

5. **Berorientasi ke masa depan.**

Orang yang berorientasi ke masa depan adalah orang yang memiliki perspektif dan pandangan ke masa depan, selalu mencari peluang, tidak cepat puas dengan keberhasilan.

6. **Keorisinilan : Kreativitas dan Inovasi.**

Nilai inovatif kreatif dan fleksibilitas merupakan unsur-unsur keorisinilan seseorang. Wirausaha yang inovatif adalah orang yang kreatif dan yakin dengan adanya cara-cara baru yang lebih baik (Yuyun Wirasasmita 1994: 7), dengan ciri ciri :

1. Tidak pernah puas dengan cara-cara yang dilakukan saat ini, meskipun cara tersebut cukup baik.
2. Selalu menuangkan imajinasi dalam pekerjaannya.
3. Selalu ingin tampil beda atau memanfaatkan perbedaan.

Kreativitas adalah kemampuan untuk melakukan pemikiran yang baru dan berbeda. Inovasi adalah kemampuan untuk melakukan tindakan yang baru dan berbeda. Rahasia kewirausahaan dalam menciptakan nilai tambah terletak pada penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan persoalan dan meraih peluang. Ciri-ciri kepribadian kreatif terletak pada keterbukaan, kreatifitas, kepercayaan diri, kecakapan, kepuasan, rasa tanggung jawab dan penuh daya imajinasi.

Berpikir Kreatif Dalam Kewirausahaan.

Fungsi otak manusia dibagi menjadi 2 bagian, yaitu otak sebelah kanan dan otak sebelah kiri.

Menurut Zimmerer (1996) manusia menggunakan otak sebelah kanan untuk belajar mengembangkan keterampilan kreatif dengan ciri-ciri sebagai berikut :

1. Selalu bertanya, “Apa ada cara yang lebih baik ?”
2. Selalu menantang kebiasaan, tradisi dan rutinitas.
3. Berefleksi atau merenungkan dan berfikir dalam.
4. Berani bermain mental, mencoba melihat masalah dari perspektif yang berbeda.
5. Menyadari kemungkinan banyak jawaban dari pada satu jawaban yang benar.
6. Melihat kegagalan dan kesalahan hanya sebagai jalan untuk mencapai kesuksesan.
7. Mengorelasikan ide-ide yang masih samar terhadap masalah untuk menghasilkan pemecahan inovatif.
8. Memiliki keterampilan “helikopter”, yaitu kemampuan untuk bangkit di atas kebiasaan rutin dan melihat permasalahan dari persepektif yang lebih luas kemudian memfokuskannya pada kebutuhan untuk berubah.

Sedangkan otak sebelah kiri digunakan untuk mengembangkan keterampilan berpikir. Ada tujuh langkah proses kreatif :

1. Persiapan

Persiapan menyangkut kesiapan untuk berfikir kreatif, dilakukan dalam bentuk formal, pengalaman, magang dan pengalaman belajar lainnya. Zimmerer mengemukakan tujuh langkah untuk memperbaiki pikiran kita agar dapat berpikir kreatif yaitu :

1. Hindari sikap untuk tidak belajar. Dalam setiap situasi selalu ada peluang untuk dapat dipelajari.
2. Belajar banyak. Jangan hanya mempelajari keahlian yang kita miliki karena bidang lain tidak menutup

kemungkinan untuk bisa dijadikan sebagai peluang inovasi.

3. Diskusikan ide-ide kita dengan orang lain.
4. Himpun artikel-artikel yang penting.
5. Temui profesional atau asosiasi dagang dan pelajari cara mereka memecahkan persoalan.
6. Gunakan waktu untuk belajar sesuatu dari orang lain.
7. Kembangkan keterampilan menyimak gagasan orang lain.

2. **Penyelidikan**

Dalam penyelidikan diperlukan individu yang dapat mengembangkan pemahaman mendalam tentang masalah atau keputusan. Untuk menciptakan konsep dan ide-ide baru tentang suatu bidang, seseorang pertam-tama harus mempelajari masalah dan memahami komponen-komponen dasarnya.

3. **Transformasi**

Tahap transformasi menyangkut persamaan dan perbedaan pandangan di antara informasi yang terkumpul. Transformasi adalah mengidentifikasi persamaan dan perbedaan yang ada tentang informasi yang terkumpul. Dalam tahap ini diperlukan dua tipe berpikir, yaitu berpikir konvergen dan divergen. Berpikir konvergen adalah kemampuan untuk melihat persamaan dan hubungan diantara beragam data dan kejadian. Sedangkan berpikir divergen adalah kemampuan melihat perbedaan antara data dan kejadian yang beraneka ragam.

4. **Penetasan**

Penetasan merupakan penyiapan pikiran bawah sadar untuk merenungkan informasi yang terkumpul. Pikiran

bawah sadar memerlukan waktu untuk merefleksikan informasi.

5. **Penerangan**

Penerangan akan muncul pada tahap penetasan, yaitu ketika terdapat pemecahan spontan yang menyebabkan adanya titik terang. Pada tahap ini, semua tahap sebelumnya muncul secara bersama dan menghasilkan ide-ide kreatif serta inovatif.

6. **Pengujian**

Pengujian menyangkut validasi keakuratan manfaat ide-ide yang muncul yang dapat dilakukan pada masa percobaan, proses simulasi, tes pemasaran, pembangunan proyek percobaan, pembangunan prototipe dan aktifitas lain yang dirancang untuk membuktikan ide-ide baru yang akan diimplementasikan.

7. **Implementasi**

Implementasi adalah transformasi ide ke dalam praktik bisnis. Zimmerer mengemukakan beberapa kaidah atau kebiasaan kewirausahaan yaitu :

- ✚ *Create, innovate, and activate* yaitu ciptakan, temukan dan aktifkan. Wirausaha selalu memimpikan ide-ide baru dan bertanya “apa mungkin” atau “mengapa tidak” dan menggunakan inovasinya dalam kegiatan praktis.
- ✚ *Always be on the look out for the new opportunities*, yaitu selalu mencari peluang baru. Wirausaha harus selalu usaha mencari peluang atau menemukan cara baru untuk menciptakan peluang.
- ✚ *Keep it simple*, yaitu berpikir sederhana. Wirausaha selalu mengharapkan umpan balik dengan mungkin dan berusaha dengan cara yang tidak rumit.

- ✚ *Try it, fix it, do it*, yaitu selalu mencoba, memperbaiki dan melakukannya. Wirausaha berorientasi pada tindakan. Bila ada ide, wirausaha akan segera mengerjakannya.
- ✚ *Shoot for the top*, yaitu selalu mengejar yang terbaik, terunggul, dan ingin cepat mencapai sasaran. Wirausaha tidak pernah segan, mereka selalu bermimpi besar. Meskipun tidak selalu benar, mimpi besar adalah sumber penting untuk inovasi dan visi.
- ✚ *Don't be ashamed to start small*, yaitu jangan malu untuk memulai dari hal-hal yang kecil. Banyak perusahaan besar yang berhasil karena dimulai dari usaha kecil.
- ✚ *Don't fear failure : learn form it*, yaitu jangan takut gagal, belajarlal dari kegagalan. Wirausaha harus tahu bahwa inovasi terbesar berasal dari kegagalan.
- ✚ *Never give up*, yaitu tidak pernah menyerah atau berhenti karena wirausaha bukan orang yang mudah menyerah.
- ✚ *Go for it*, yaitu berusaha untuk terus mengejar apa yang diinginkan. Orang yang pantang menyerah selalu mengejar apa yang belum dicapainya.

Sikap dan Kepribadian Wirausaha

Kewirausahaan mencakup sikap terbuka, bebas, pandangan yang luas, orientasi pada masa yang akan datang, perencanaan yakin, sadar, dan hormat terhadap orang lain serta pendapatnya. Dalam perusahaan, wirausaha adalah seorang inisiator atau organisator penting. Menurut Dusselman (1989: 16), seseorang yang

memiliki jiwa kewirausahaan ditandai oleh pola tingkah laku sebagai berikut :

1. Inovasi, yaitu usaha untuk menciptakan menemukan dan menerima ide-ide baru.
2. Keberanian untuk menghadapi resiko.
3. Kemampuan manajerial.
4. Kepemimpinan.

Motif Berpretasi Kewirausahaan

Motif berpretasi kewirausahaan terletak pada kemauan dan kemampuan untuk melakukan sesuatu yang lebih baik dan efisien. Victor Vroom (1964) mempunyai sebuah teori yang disebut teori harapan. Ia mengemukakan bahwa kecenderungan yang kuat untuk bertindak dalam suatu arah bergantung pada kekuatan harapan yang akan dihasilkan dari tindakannya dan ketertarikan lain yang dihasilkan bagi seseorang. Menurutnya ada tiga variabel yang saling berhubungan yaitu :

- ✚ *Attractiveness*, yaitu merupakan imbalan yang diperoleh dari pekerjaan.
- ✚ *Performance-reward linkage*, yaitu hubungan antara imbalan yang diperoleh dan kinerja.
- ✚ *Effort performance linkage*, yaitu hubungan antara usaha dan kinerja yang dihasilkan.

Ada beberapa alasan mengapa seseorang berminat melakukan wirausaha, yaitu alasan keuangan, alasan sosial, alasan pelayanan dan alasan pemenuhan diri. Beberapa peluang yang dapat diambil dari kewirausahaan meliputi :

- ✚ Peluang memperoleh kontrol atas kemampuan diri.
- ✚ Peluang memanfaatkan potensi yang dimiliki.
- ✚ Peluang memperoleh manfaat secara finansial.
- ✚ Peluang berkontribusi kepada masyarakat dan untuk menghargai usaha-usaha seseorang.

Karakter dan Ciri-ciri Umum Kewirausahaan

1. Karakteristik Kewirausahaan

Dalam suatu penelitian yang dilakukan oleh Prof. Iman S Sukardi, dia menemukan terdapat sembilan (9) karakteristik tingkah laku kewirausahaan yang paling sering ditemukan dalam penelitian-penelitian terhadap wirausaha berhasil di seluruh dunia.

Karakter tersebut antara lain:

a. Sifat Instrumental

Dia dalam berbagai situasi selalu memanfaatkan segala sesuatu yang ada dalam lingkungannya demi tercapainya tujuan pribadi dalam berusaha.

b. Sifat Prestatif

Dia dalam berbagai situasi selalu tampil lebih baik, lebih efektif dibandingkan dengan hasil yang tercapai sebelumnya.

c. Sifat Keluwesan Bergaul

Dia selalu berusaha untuk cepat menyesuaikan diri dalam berbagai situasi hubungan antar manusia. Dia aktif bergaul, membina kenalan-kenalannya dan mencari kenalan baru, serta berusaha untuk dapat terlibat dengan mereka yang ditemui dalam kegiatan sehari-hari.

d. Sifat Kerja Keras

Dia selalu terlibat dalam situasi kerja, tidak mudah menyerah sebelum pekerjaan selesai. Dia mengutamakan kerja dan mengisi waktu yang ada dengan perbuatan nyata untuk mencapai tujuan.

e. Sifat Keyakinan Diri

Dia selalu percaya pada kemampuan diri, tidak ragu-ragu dalam bertindak, bahkan berkecenderungan untuk melibatkan diri secara langsung dalam berbagai situasi dengan optimisme untuk berhasil.

f. Sifat Pengambilan Resiko

Dia selalu memperhitungkan keberhasilan dan kegagalan dalam setiap kegiatannya khususnya untuk mencapai keinginannya. Dia akan melangkah bila kemungkinan untuk gagal tidak terlalu besar.

g. Sifat Swa Kendali

Dia dalam menghadapi berbagai situasi selalu mengacu pada kekuatan dan kelemahan pribadi dan batas-batas kemampuan dalam berusaha. Dia selalu menyadari dengan adanya pengendalian diri ini maka setiap kegiatannya menjadi lebih terarah dalam mencapai tujuannya.

h. Sifat Inovatif



Dia selalu mendekati berbagai masalah dengan berusaha menggunakan cara-cara baru yang lebih bermanfaat. Dia terbuka terhadap gagasan, pandangan, dan penemuan baru yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kinerjanya. Dia tidak terpaku pada masa lalu, tapi selalu berpandangan ke depan untuk mencari cara-cara baru atau memperbaiki cara-

cara yang biasa dilakukan orang lain untuk peningkatan kinerja. Dia cenderung melakukan sesuatu dengan cara yang khas, unik dari hasil pemikirannya. Termasuk dalam sifat inovatif ini adalah kecenderungan untuk selalu meniru tetapi melalui penyempurnaan tertentu (imitatif inovatif).

i. Sifat Kemandirian

Dia selalu mengembalikan perbuatannya sebagai tanggung jawab pribadi. Keberhasilan dan kegagalan merupakan konsekuensi pribadi wirausaha. Dia mementingkan otonomi dalam bertindak, pengambilan keputusan dan pemilihan berbagai kegiatan dalam mencapai tujuan. Dia lebih senang bekerja sendiri, menentukan dan memilih cara kerja yang sesuai dengan dirinya. Ketergantungan pada orang lain merupakan suatu yang bertentangan dengan kata hatinya. Dia dapat saja bekerja dalam kelompok selama mendapat kebebasan bertindak dan dalam mengambil keputusan.

M. Scarborough dan Thomas W. Zimmerer (1993:6-7), mengemukakan karakteristik kewirausahaan sebagai berikut :

-  Desire for responsibility, yaitu memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha yang dilakukannya.
-  Preference for moderate risk, yaitu lebih risiko yang moderat, artinya selalu menghindari resiko, baik yang terlalu rendah maupun yang terlalu tinggi.

- ✚ Confidence in their ability to success, yaitu memiliki kepercayaan diri untuk memperoleh kesuksesan.
- ✚ Desire for immediate feedback, yaitu memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.
- ✚ High Level of energy, yaitu memiliki semangat dan kerjakeras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.
- ✚ Future orientation, yaitu berorientasi serta memiliki perspektif dan wawasan jauh ke depan.
- ✚ Skill organizing, yaitu memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.
- ✚ Value of achievement over money, yaitu lebih menghargai prestasi dari pada uang.

Arthur Kurliloff dan John M. Mempel (1993:20), mengemukakan karakteristik kewirausahaan dalam bentuk nilai-nilai dan perilaku kewirausahaan sebagai berikut :

- ✚ komitmen Menyelesaikan tugas hingga selesai.
- ✚ Risiko moderat Tidak melakukan spekulasi, melainkan berdasarkan perhitungan yang matang.
- ✚ Melihat mpeluang Memanfaatkan peluang yang ada sebaik mungkin.
- ✚ Objektivitas Melakukan pengamatan secara nyata untuk memperoleh kejelasan.
- ✚ Umpan balik Menganalisis data kinerja waktu untuk memandu kegiatan.

- ✚ Opatimisme Menunjukan kepercayaan diri yang besar walaupun berada dalam situasi berat.
- ✚ Uang Melihat uang sebagai suatu sumber daya,, bukan tujuan akhir.
- ✚ Manajemen Proaktif Menglola berdasarkan perencanaan masa depan.

Vernon A. Musseleman (1989:155), Wasty Sumato (1989), dan Geoffey Meredith (1989:5) meringkas beberapa ciri kewirausahaan dalam bentuk sebagai berikut:

- ✚ memiliki keinginan yang kuat untuk berdiri sendiri.
- ✚ Memiliki kemauan untuk mengambil resiko.
- ✚ Memiliki kemampuan untuk belajar dari pengalaman.
- ✚ Mampu memotivasi diri sendiri.
- ✚ Memiliki semangat untuk bersaing.
- ✚ Memiliki semangat untuk kerja keras.
- ✚ Memiliki kepercayaan diri yang besar.
- ✚ Memiliki dorongan untuk berprestasi.
- ✚ Tingkat energi yang tinggi.
- ✚ Tegas
- ✚ Yakin terhadap kemampuan diri sendiri.

Wasti Sumanto (1989:5) menambahkan sebagai berikut :

- ✚ tidak suka uluran tangan dari pemerintah/ pihak lain dari masyarakat.
- ✚ Tidak bergantung pada alam dan berusaha utnuk tidak mudah menyerah.

Geoffrey Meredith (1989:5) menambahkan ciri sebagai berikut

- ✚ Kepemimpinan
- ✚ Keorisinilan
- ✚ berorientasi ke masa depan dan penu gagasan.

Dalam mencapai keberhasilannya, sorang wirausaha memiliki ciri-ciri tertentu. Dalam Entrepreneurship and small enterprise development report (1986) yang dikutip oleh M. Scarborough dan Thomas W. Zimmerer (1993:5), dikemukakan beberapa karakteristik kewirausahaan yang berhasil, diantaranya memiliki ciri-ciri :

- ✚ proaktif, yaitu berinisiatif dan tegas.
- ✚ Berorientasi pada prestasi, tercermin dalam pandangan dan tindakan terhadap peluang, orientasi pada efesiensi, mengutamakan kualitas pekerjaan, berencana, dan mengutamakan pengawasan.
- ✚ Memiliki komitmen yang kuat kepada orang lain.

Secara eksplisit, Dun Steinhoff dan John F.m Burgess (1993:38) mengemukakan beberapa karaktertristik yang diperlukan untuk menjadi wirausaha yang berhasil, yaitu :

- ✚ memiliki visi dan tujuan usaha yang jelas.
- ✚ Bersedia menanggung resiko waktu dan uang.
- ✚ Memiliki perencanaan yang matang dan mampu mengorganisasikannya.
- ✚ Bekerja keras sesuai dengan tingkat kepentingannya.

- ✚ Mengembangkan hubungan dengan pelanggan, pemasok, pekerja, dan pihak lain.
- ✚ Beratanggung jawab terhadap keberhasilan dan kegagalan.

Keberhasilan atau kegagalan wirausaha sangat dipengaruhi oleh sifat dan kepribadiannya. The officer of advocacy of small business Administration (1989) yang dikutip oleh Dun Steinhoff dan John F.m Burgess (1993:37) mengemukakan bahwa wirausaha yang berhasil pada umumnya memiliki sifat-sifat kepribadian sebagai berikut :

- ✚ Memiliki kepercayaan diri untuk dapat bekerja keras secara independen dan berani mngahdapi resiko untuk meperoleh hasil.
- ✚ Memiliki kemampuan berorganisasi, dapat mengatur tujuan, berorientasi hasil, dan tanggungjawab terhadap kerjakeras.
- ✚ Kreatif dan mampu melihat peluang yang ada dalam kewirausahaan.
- ✚ Menikmati tantangan dan mencari kepuasan pribadi dalam memperoleh ide.

Dengan menggabungkan pandangan Timmons dan McClelland (1961), Thomas W. Zimmerer (1996: 6-8) memperluas karakteristik sikap dan perilaku wirausaha yang berhasil sebagai berikut:

- ✚ commitment and determination, yaitu memiliki komitmen dan tekad yang bulat untuk mencurahkan semua perhatian terhadap usaha.
- ✚ Desire for responsibility, yaitu memiliki rasa tanggungjawab dalam mengendalikan sumber daya yang digunakan dan keberhasilan

berwirausaha, oleh karena itu wirausaha akan mawas diri secara internal.

- ✚ Opportunity obsession, yaitu berambisi untuk selalu mencari peluang.
- ✚ Tolerance for risk, ambiguity, and uncertainty, yaitu tahan terhadap resiko dan ketidakpastian.
- ✚ Self confidence, yaitu percaya diri.
- ✚ Creativity and flexibility, yaitu berdaya cipta dan luwes.
- ✚ Desire for immediatr feedback, yaitu selalu memerlukan umpan balik dengan segera.
- ✚ High level o energy, yaitu memiliki tingkat energi yang tinggi.
- ✚ Motivation to excel, yaitu memiliki dorongan untuk selalu unggul.
- ✚ Orientation to the future, yaitu berorientasi pada masa depan
- ✚ Willingness to learn form failure, yaitu selalu belajar dari kegagalan.
- ✚ Leadership ability, yaitu kemampuan dalam kemampuan.

Menurut Ahmad Sanusi (1994), ada beberapa kecenderungan profil probadi wirtausaha yang dapat diangkat dari kegiatan sehari-hari, diantaranya :

- ✚ tidak menyenagi lagi hal-hal yang sudah terbiasa/tetap/sudah diatur dan jelas.
- ✚ Suka memandang ke luar, berorientasi pada aspek-aspek yang lebih lkuas dari persoalan yang dihadapi untuk memperoleh peluang baru.

- ✚ Semakin berani, karena merasa perlu untuk menunjukkan sikap kemandirian atau prakarsa atas nama sendiri.
- ✚ Suka berimajinasi dan mencoba menyatakan daya kreativitas serta memperkenalkan hasil-hasilnya kepada pihak lain.
- ✚ Karena sendiri, maka ada keinginan berbeda atau maju, dan toleransi terhadap perbedaan pihak lain.
- ✚ Menyatakan suatu prakarsa setelah gagasan awalnya diterima dan dikembangkan, serta dapat dipertanggung jawabkan dari beberapa sudut.
- ✚ Dengan kerja keras dan kemajuan tahap demi tahap yang tercapai, timbul rasa percayadiri dan sikap optimisme yang lebih mendasar.
- ✚ Sikap dan perilaku kewirausahaan diatas kemudian dikombinasikan dengan keterampilan menejemen usaha dalam bentuk perencanaan dan pengembangan produk, penetrasi/pengembangan pasar, organisasi dan komunikasi perusahaan, keuangan dan lain-lain.
- ✚ Meskipun dasarnya bekerja keras, cermat, dan sungguh-sungguh, namun aspek risiko tidak bisa dilepaskan sampai batas yang dapat diterima.
- ✚ Dengan risiko tersebut, dibulatkan tekad, komitmen, dan kekukuhan hati terhadap alternatif yang dipilih.
- ✚ Berhubungan yang dituju ada kemajuan yang teru-menerus, maka ruang lingkup memandang pun jauh dan berdaya juang

tinggi, karena sukses tidak datang tanpa dasar atau tiba-tiba.

- ✚ Adanya perluasan pasar dan persaingan dengan pihak lain sehingga mendorong kemauan keras untuk membuat perencanaan usaha, dan hasil yang lebih baik, bahkan terbaik dan berbeda.
- ✚ Sikap hati-hati dan cermat mendorong kesiapan bekerja sama dengan pihak lain yang sama-sama mencari kemajuan dan keuntungan.
- ✚ Ujian, godaan, hambatan dan hal-hal yang tidak terduga dianggap tantangan untuk melakukan berbagai usaha.
- ✚ Memiliki toleransi terhadap kesalahan operasional atau penilaian.
- ✚ Memiliki kemampuan intensif dan seimbang dalam memperhatikan dan menyimak informasi dari pihak lain dengan meletakkan posisi dan sikap sendiri, dan mengendalikan diri sendiri terhadap suatu persoalan yang dianggap belum jelas.
- ✚ Menjaga dan memajukan nilai dan perilaku yang telah menjadi keyakinan diri, integritas pribadi yang mengandung citra dan harga diri, selalu bersikap adil, dan sangat menjaga kepercayaan yang telah diberikan oleh orang lain.

2. Ciri-ciri Umum Kewirausahaan

a. Memiliki Motif Berprestasi Tinggi

Seorang Wirausaha selalu berprinsip bahwa apa yang dilakukan merupakan usaha optimal untuk menghasilkan nilai maksimal. Artinya, wirausaha melakukan sesuatu hal secara tidak asal-asalan,

seklaipun hal tersebut dapat dilakuakn oleh orang lain. Nilai prestasi adalah hal yang justru membedakan antara hasil karyanya sebagai seorang wirausaha dengan orang lain yang tidak memiliki jiwa kewirausahaan.

b. Memiliki Perspektif ke Depan

Sukses adalah perjalanan, bukan tujuan. Setiap saat mencapai target, sasaran atau impian, maka segeralah membuat impian-impian baru yang dapat memacu serta memberi semangat dan antusiasme kepada kita untuk mencapainya. Apapun impian atau target kita, ingat kunci SMART (specific, measurable, achieveable, reality-based, time-frame), yang berarti harus sepesifik jelas, trukur, dapat dicapai, berdasarkan realitas atau kondisi kita saat ini, dan memiliki jangka waktu tertentu.

c. Memiliki Kreativitas Tinggi

Seorang wirausaha umumnya memiliki daya kreasi dan inovasi yang lebih dari non wirausaha.

d. Memiliki Sifat Inovasi Tinggi

Seorang wirausaha harus segera menerjemahkan mimpi-mimpinya menjadi inovasi untuk mengembangkan bisnisnya. Inovasi diibaratkan sebagai pilar-pilar yang menunjang kekukuhan hidup dan bisnis. Setiap impian harus diikuti dengan inovasi sebagai kerangka pengembangan, kemudian diikuti manajemen produk, manajemen konsumen, manajemen arus kas, sistem pengendalin, dan sebagainya.

e. Memiliki Komitmen Terhadap Pekerjaan

Menurut Sony Sugema, terdapat tiga hal yang harus dimiliki seorang wirausaha yang sukses, yaitu mimpi, kerja keras, dan ilmu. Ilmu disertai kerja keras tanpa impian bagaikan perahu yang

berlayar tanpa tujuan. Impian disertai ilmu namun tanpa kerja keras seperti seorang pertapa. Impian disertai kerja keras, tanpa ilmu, ibarat berlayar tanpa nahkoda, tidak jelas kemana arah yang dituju. Hal ini yang menyebabkan seorang wirausaha harus menancapkan komitmen yang kuat dalam pekerjaannya.

- f. Memiliki Tanggung Jawab
Seorang wirausaha harus memiliki komitmen sehingga melahirkan suatu tanggung jawab terhadap apa yang dikerjakannya.
- g. Memiliki Kemandirian atau Ketidaktergantungan terhadap Orang Lain.
Orang yang mandiri adalah orang yang tidak suka mengandalkan Orang lain namun justru mengoptimalkan segala daya dan upaya yang dimiliki sendiri.
- h. Memiliki Keberanian Menghadapi Resiko
Seorang wirausaha harus berani menghadapi resiko. Semakin besar resiko yang dihadapinya, semakin besar keuntungan yang diperolehnya. Hal ini dikarenakan jumlah pemain semakin sedikit. Tetapi resiko tersebut harus diperhitungkan terlebih dahulu dengan matang agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan.
- i. Selalu Mencari Peluang
Seorang wirausaha sejati mampu melihat sesuatu dalam persepektif atau dimensi yang berlainan pada satu waktu. Bahkan, ia juga harus mampu melakukan beberapa hal dalam satu waktu. Kemampuan inilah yang membuatnya piawai dalam menangani berbagai persoalan yang dihadapi oleh perusahaan.

- j. Memiliki Jiwa Kepemimpinan
Untuk dapat mampu menggunakan waktu dan tenaga orang lain mengelola dan mengembangkan bisnisnya, seorang wirausaha harus memiliki kemampuan dan semangat untuk mengembangkan orang-orang di sekelilingnya. Hal ini dapat dilakukan apabila kita mempunyai jiwa kepemimpinan yang baik.
- k. Memiliki Kemampuan Manajerial
Kemampuan manajerial seseorang dapat dilihat dari tiga kemampuan, yaitu : (1) kemampuan teknik, (2) kemampuan pribadi (personal), (3) Kemampuan emosional.
- l. Memiliki Kemampuan Personal
Seseorang yang berkeinginan untuk menjadi seorang wirausaha harus memperkaya diri sendiri dengan berbagai keterampilan personal.

BAB VI

IDE DAN PELUANG DALAM BERWIRAUSAHA

A. Ide Kewirausahaan

Ide-ide yang berasal dari wirausaha dapat menciptakan peluang untuk memenuhi kebutuhan riil di pasar. Ide-ide itu menciptakan nilai potensial di pasar sekaligus menjadi peluang usaha. Dalam mengevaluasi ide untuk menciptakan nilai-nilai potensial (peluang usaha), wirausaha perlu mengidentifikasi dan mengevaluasi semua resiko yang mungkin terjadi dengan cara :

1. Mengurangi kemungkinan resiko melalui strategi yang proaktif.
2. Menyebarkan resiko pada aspek yang paling mungkin.
3. Mengelola resiko yang mendatangkan nilai atau manfaat.

Ada 3 (tiga) resiko yang dapat dievaluasi, yaitu :

1. Resiko pasar atau persaingan.
2. Resiko finansial, adalah kegagalan yang timbul akibat ketidakcukupan dana.
3. Resiko teknik, adalah kegagalan dalam proses pengembangan produk.

Kreativitas sering kali muncul dalam bentuk ide untuk menghasilkan barang dan jasa baru. Ide bukanlah peluang dan tidak akan muncul bila wirausaha tidak mengadakan evaluasi dan pengamatan secara terus menerus. Bagaimana ide bisa menjadi peluang ? Solusi dari pertanyaan ini, diantaranya adalah :

1. Ide dapat digerakkan secara internal melalui perubahan cara-cara/metode yang lebih baik untuk melayani dan memuaskan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya.
2. Ide dapat dihasilkan dalam bentuk produk dan jasa baru.
3. Ide dapat dihasilkan dalam bentuk modifikasi pekerjaan yang dilakukan atau cara melakukan suatu pekerjaan

Sumber Peluang Potensial

Agar ide-ide potensial menjadi peluang bisnis yang riil, maka wirausaha harus bersedia melakukan evaluasi terhadap peluang secara terus-menerus. Proses penjaringan ide atau disebut *screening*

merupakan suatu cara terbaik untuk menuangkan ide potensial menjadi produk dan jasa riil. Adapun langkah dalam penjaringan ide dapat dilakukan sebagai berikut :

1. Menciptakan produk baru dan berbeda.
2. Mengamati pintu peluang.
3. Analisis produk dan proses produksi secara mendalam.
4. Menaksir biaya awal.
5. Memperhitungkan resiko yang mungkin terjadi

Memunculkan Ide Menjadi Peluang Usaha

Mencari peluang usaha adalah hal terpenting untuk membangun bisnis kita. Apabila kita mampu mencari peluang usaha yang tepat, maka usaha kita akan semakin berkembang begitu juga sebaliknya. Banyak cara untuk memperoleh ide peluang usaha, beberapa diantaranya seperti penjelasan berikut :

1. Peluang usaha bisa muncul dari diri sendiri

Ketika anda mempunyai kemauan yang sangat kuat dalam berwirausaha, maka anda akan mencari peluang-peluang dalam bidang tertentu yang akan anda masuki. Maka niat untuk berwirausaha yang kuat sangatlah penting untuk kesuksesan usaha anda sendiri.

2. Berada di bawah tekanan

Setiap orang mempunyai karakteristik berbeda-beda, salah satunya adalah tekanan. Yaitu suatu kondisi dimana kita harus dipaksa untuk menemukan suatu gagasan atau ide untuk mencari peluang usaha. Dan ada beberapa orang yang hanya bisa menemukannya hanya pada saat dibawah suatu kondisi tertekan.

3. Inovasi

Terkadang masyarakat membutuhkan produk baru yang belum ada di pasaran. Ini membuat kita berupaya untuk menemukan produk baru dengan berinovasi dengan produk-produk yang sudah ada dipasaran. Apabila kita berhasil menemukan suatu inovasi baru dan masyarakat menyukainya maka bersiaplah menerima banyak orderan dari konsumen. Tetapi terus waspadai adanya pesaing yang biasanya menawarkan bekerja sama dengan kita.

4. Membuat pelengkap yang sudah ada

Adanya produk yang sudah beredar dalam masyarakat bisa memberi peluang usaha untuk kita. Seperti dengan adanya komputer memberikan peluang untuk kita untuk membuat kipas komputer. Jadi kita bisa membuat semacam pelengkap atau tambahan produk untuk suatu produk yang sudah ada.

5. Melihat tren masyarakat

Apa yang digemari masyarakat saat itu menjadi peluang usaha tersendiri bagi seorang wirausahawan. Contohnya ketika musim kompetisi bulu tangkis maka akan muncul t-shirt baru yang inovatif, hal ini juga berlaku saat masyarakat demam dengan kartun seperti *spongebob* maka kita juga bisa mengambil peluang usaha dari situ.

6. Pengetahuan luas

Pengetahuan yang luas serta mau belajar bisa menemukan peluang usaha, contohnya ketika seorang mengetahui bisnis di luar negeri yang sukses dan usaha ini belum ada di negaranya.

Hal ini sangat menguntungkan dalam mencari peluang usaha. Dengan adanya pengetahuan yang luas, berarti kita bisa dikatakan lebih unggul dengan wirausahawan lainnya karena kita mempunyai pikiran yang lebih berkembang daripada pesaing kita.

7. Ide yang mendadak muncul

Yang perlu kita ketahui bahwa sewaktu-waktu ide brilian muncul tanpa kita duga dan kita jadwal. Simpan dan terus ingatlah ide tersebut sampai anda merealisasikan ide tersebut. Sedikit wirausahawan yang bisa mewujudkan gagasan-gagasan itu menjadi nyata karena kebanyakan wirausahawan sering kali melupakan gagasan tersebut padahal ini bisa menjadi peluang usaha.

Orientasi Eksternal dan Internal

Keingintahuan dan minat pada apa yang terjadi di dunia merangsang orientasi eksternal. Orientasi internal merangsang penggunaan sumberdaya-sumberdaya pribadi untuk mengidentifikasi peluang wirausaha baru. Orientasi eksternal didapat dari :

1. Konsumen
2. Perusahaan yang sudah ada
3. Saluran distribusi
4. Pemerintah
5. Penelitian dan pengembangan

Orientasi Internal didapat dari 3 (tiga) tahap penggunaan sumberdaya-sumberdaya internal, yaitu :

1. Analisa konsep hingga bisa terdefinisi dengan jelas, termasuk penguraian masalah yang perlu dipecahkan.

2. Penggunaan daya ingat untuk menemukan kesamaan dan unsur-unsur yang nampaknya berhubungan dengan konsep dan masalah-masalahnya.
3. Rekombinasi unsur-unsur tersebut dengan cara baru dan bermanfaat untuk memecahkan masalah-masalah dan membuat konsep dasar bisa dipraktekkan.

Proses inovasi :

1. Wirausahawan melihat adanya kebutuhan.
2. Mengumpulkan data dan mendefinisikan konsep-konsep.
3. Menguraikan masalah-masalah.
4. Menggunakan daya ingat untuk mencari kesamaan.
5. Menemukan kesamaan dan gagasan yang berhubungan.
6. Melihat bagaimana menggabungkan kesamaan dan gagasan yang berhubungan.
7. Mencari pemecahan sementara.
8. Meneliti pemecahan dengan hati-hati.
9. Bergerak terus jika semuanya baik.
10. Mencapai keberhasilan.

B. Sumber Gagasan bagi Produk dan Jasa Baru

- a. Kebutuhan akan sumber penemuan.
- b. Membuat inovasi baru.
- c. Sesuai keahlian.
- d. Hobi atau kesenangan pribadi.
- e. Menyesuaikan dengan kebutuhan sekitar.
- f. Memanfaatkan koneksi dan relas.
- g. Mengamati kecenderungan-kecenderungan.
- h. Mengamati kekurangan-kekurangan produk dan jasa yang ada.

- i. Mengapa tidak terdapat ?
- j. Kegunaan lain dari barang-barang biasa.
- k. Pemanfaat produk dari perusahaan lain.
- l. Usaha Warisan
- m. Ikut-ikutan.
- n. Coba-coba

Proses Perencanaan dan Pengembangan Produk

- Tahap gagasan
- Tahap konsep
- Tahap pengembangan produk
- Tahap uji pemasaran
- Tahap komersialisasi

Produk yang Sesuai untuk Perusahaan Kecil

Berikut ini beberapa hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan kecil untuk penciptaan suatu produk :

- Untuk pemilihan produk, perusahaan harus memperhatikan pada sumberdaya uang, tenaga kerja, dan fasilitas yang dimiliki.
- Pemilihan segmen pasar yang memungkinkan.
- Untuk produk atau proses yang disuplai kepada perusahaan lain hendaknya sangat kecil volumenya sehingga tidak menarik minat para pelanggannya untuk memproduksinya sendiri.
- Tingginya nilai tambah. Keuntungan harus lebih besar dari biaya.
- Rentang waktu yang diperlukan untuk penyelesaian produk atau proses.

C. Pemilihan Bidang Usaha

Ada beberapa hal yang bisa anda gunakan sebagai patokan awal dalam memilih suatu bidang usaha yang akan anda tekuni dalam jangka panjang :

- a. Lihat karakter usaha anda dan sesuaikan dengan karakter pribadi.
Anda perlu mengenali karakter bidang usaha anda. Tujuannya adalah untuk melihat apakah karakter anda sesuai dengan karakter usaha anda.
- b. Lihat apakah Anda menyukai usaha tersebut.
Merupakan syarat mutlak bahwa seseorang harus menyukai usaha yang akan digelutinya. Kenyataan menunjukkan bahwa rasa suka pada usaha akan membuat seseorang lebih giat, tekun, dan pantang menyerah dalam menjalankannya sehingga nantinya akan membuahkan hasil yang baik. Disini, memulai usaha dari hobi bisa menjadi pertimbangan anda. Karena hobi biasanya merupakan suatu hal yang disukai, maka hobi bisa berpotensi menjadi usaha yang berhasil. Tentunya dengan berbagai tambahan analisa lainnya.
- c. Lihat apakah anda mampu menjalankan usaha tersebut.
Sangat penting bagi kita untuk mengukur kemampuan diri dengan tujuan untuk melihat apakah kita mampu menjalankan usaha tersebut. Kita bisa mengukur kemampuan kita dengan mengadakan beberapa analisa atau riset sederhana mengenai usaha tersebut, kemudian hasilnya dibandingkan dengan kemampuan kita. Beberapa poin dalam analisa atau riset yang bisa dijadikan ukuran kemampuan kita adalah :
 - Kemampuan modal usaha kita.
 - Kemampuan dalam hal keahlian kita.
 - Kemampuan kita membagi waktu (terutama bagi anda yang masih kuliah).

- Kemampuan kita untuk mengimbangi dinamika dunia usaha sekaligus mengantisipasi persaingan yang ketat dan lain-lain.

Analisis Risk-Return dan Potensi Pengembangan Usaha

Dalam memilih bidang usaha yang anda geluti, sudah pasti anda harus memperhitungkan berapa pengembalian modal (*return*) yang akan anda dapatkan dari usaha tersebut. Hasil perhitungan tersebut haruslah dibandingkan dengan resiko-resiko yang mungkin terjadi. Jika dari perhitungan awal saja, usaha tersebut sudah nampak tidak layak dijalankan, buat apa anda memaksakan diri ? Hal lain yang perlu dilihat adalah kemungkinan bidang usaha tersebut untuk terus berkembang baik dari segi besaran pasar maupun kemungkinan terciptanya cabang-cabang bidang usaha yang saling berkaitan. Contohnya tumbuhnya industri ponsel mendorong banyaknya toko ponsel, aksesoris ponsel, kios *voucher* isi ulang, *download ringtone*, dan sebagainya. Hati-hati jika anda memilih bidang usaha yang meskipun anda kuasai betul, namun sudah tampak jenuh atau cenderung menyusut pasarnya. Bisa-bisa usaha anda akan sulit berkembang nantinya.

Kegagalan Didalam Memilih Peluang Bisnis Baru

Beberapa hal yang menyebabkan kegagalan di dalam memilih peluang bisnis baru adalah sebagai berikut :

- Kurangnya obyektivitas.

- Kurangnya kedekatan dengan pasar.
- Pemahaman kebutuhan teknis yang tidak memadai.
- Diabaikannya kebutuhan finansial.
- Kurangnya diferensiasi produk.
- Pemahaman terhadap masalah-masalah hukum yang tidak memadai.

Peluncuran Usaha Baru

Yang harus dilakukan oleh wirausahawan adalah :

- Mempertahankan sikap obyektivitas dan selalu mencari gagasan bagi produk atau jasa.
- Dekat dengan segmen pasar yang ingin dimasuki.
- Memahami persyaratan teknis dari produk atau proses.
- Menelusuri secara mendetail kebutuhan finansial bagi pengembangan dan produksi.
- Mengetahui kendala hukum yang diterapkan pada produk atau jasa.
- Menjamin bahwa produk atau jasa menawarkan keuntungan tertentu yang membedakannya dari pesaing.
- Melindungi gagasan kreatif melalui hak paten, hak cipta, merek dagang, dan merek jasa.

D. Bekal Pengetahuan dan Kompetensi Kewirausahaan

Untuk menjadi wirausaha yang berhasil, persyaratan utama yang harus dimiliki adalah memiliki jiwa dan watak kewirausahaan. Jiwa dan watak kewirausahaan tersebut dipengaruhi oleh

keterampilan, kemampuan, atau kompetensi. Kompetensi itu sendiri ditentukan oleh pengetahuan dan pengalaman.

Wirausahawan adalah seseorang yang memiliki jiwa dan kemampuan tertentu dalam berkreasi dan berinovasi, ia memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.

Kemampuan kreatif dan inovatif tersebut tercermin dalam :

- Kemampuan dan kemauan untuk memulai usaha (*start-up*).
- Kemampuan untuk mengerjakan sesuatu yang baru (*creative*).
- Kemampuan dan kemampuan untuk mencari peluang (*opportunity*).
- Kemampuan dan keberanian untuk menanggung resiko (*risk bearing*).
- Kemampuan untuk mengembangkan ide dan meramu sumber daya.

Kemauan dan kemampuan-kemampuan tersebut diperlukan terutama untuk :

- Menghasilkan produk atau jasa baru
- Menghasilkan nilai tambah baru
- Merintis usaha baru
- Melakukan proses/teknik baru
- Mengembangkan organisasi baru

Berkaitan dengan penjelasan di atas, wirausahawan perlu mengetahui berbagai hal yang berkaitan dengan ide dan peluang usaha.

Kemampuan(Kompetensi) yang Harus Dimiliki oleh Seorang Wirausahawan

- Memiliki pengetahuan usaha yang akan dirintis.
- Kemampuan imajinasi.
- Kemampuan praktis.
- Kemampuan untuk berinovasi dan berkreasi.
- Kemampuan menghitung.
- Kemampuan berkomunikasi/menjalinkan hubungan.

Pengetahuandan Keterampilan yang Mendukung Kompetensi Seorang Wirausahawan

1. Pengetahuan tentang bidang usaha yang akan dilaksanakan.
2. Pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab organisasi usaha.
3. Pengetahuan tentang kepribadian dan kemampuan diri (sikap) kesungguhan dalam menjalankan usaha.
4. Kemampuan tentang manajemen dan organisasi :
 - Permodalan (uang & kepercayaan).
 - Pengelolaan keuangan yang efektif & efisien.
 - Pengelolaan waktu yang seefisien mungkin.
 - Pengelolaan SDM.
 - Mengetahui strategi bersaing (analisa SWOT).
 - Membuat aturan/pedoman yang jelas.
5. Keterampilan konseptual.
6. Keterampilan kreatif dalam menciptakan nilai tambah.
7. Keterampilan memimpin & mengelola.
8. Keterampilan komunikasi & berinteraksi.
9. Keterampilan teknik usaha yang dilakukan.

BAB. VII

PERENCANAAN USAHA

A. Perencanaan Usaha Baru

Perencanaan adalah proses mendefinisikan tujuan organisasi, membuat strategi untuk mencapai tujuan itu, dan mengembangkan rencana aktivitas kerja organisasi.

Unsur-unsur Suatu Perencanaan

Dalam menetapkan suatu rencana haruslah mengandung unsur-unsur sebagai berikut :

1. Tujuan. Suatu rencana yang akan dilaksanakan harus mempunyai tujuan yang jelas dan mempunyai batasan akan tujuan tersebut (fokus). Dalam batasan ini dirinci tentang limit waktu yang akan dipakai, bagaimana cara pencapaian tujuan tersebut dan lain sebagainya.
2. Politik. Yang dimaksud dengan politik ini adalah kewenangan, delegasi, dan pertanggungjawaban dalam pelaksanaan sebuah rencana sehingga tujuan yang telah direncanakan akan berhasil.

3. Prosedur, merupakan urutan tindakan atau kegiatan yang terorganisir dalam rangka pencapaian tujuan tersebut.
4. Anggaran atau *budget*, merupakan bagian yang tak terpisahkan dalam pencapaian tujuan. Anggaran ini harus dibuat serealistik mungkin, sehingga beban dari pelaksanaan ini tidaklah begitu berat.
5. Program, merupakan gabungan dari politik, prosedur, dan anggaran serta perlu adanya alternatif tujuan bilamana tujuan utamanya tidak tercapai sebagaimana yang diharapkan.

Perencanaan sangat dibutuhkan dan diperlukan karena merupakan proses terpenting dari semua fungsi manajemen, tanpa perencanaan fungsi-fungsi lain pengorganisasian, pengarahan, dan pengontrolan tak akan dapat berjalan.

Rencana dapat berupa rencana informal atau rencana formal. Rencana informal adalah rencana yang tidak tertulis. Fungsi perencanaan meliputi kegiatan menetapkan apa yang ingin dicapai, bagaimana cara mencapainya, berapa lama waktu yang akan dibutuhkan, berapa orang yang diperlukan, dan berapa banyak biayanya.

Alasan utama diperlukan perencanaan adalah :

- Tujuan perlindungan (*protective*) : meminimisasikan resiko dengan mengurangi ketidakpastian di sekitar kondisi bisnis dan menjelaskan konsekuensi tindakan manajerial yang berhubungan.
- Tujuan kesepakatan (*affirmative*) : meningkatkan tingkat keberhasilan organisasional.

Manfaat Perencanaan

1. Standar pelaksanaan dan pengawasan.
2. Pemilihan berbagai alternatif terbaik.
3. Penyusunan skala prioritas, baik sasaran maupun kegiatan.
4. Menghemat pemanfaatan sumberdaya organisasi.
5. Membantu manajer menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan.
6. Alat memudahkan dalam berkoordinasi dengan pihak terkait.
7. Alat meminimalkan pekerjaan yang tidak pasti.

Pengklasifikasian Perencanaan

1. Bidang fungsional, ini mencakup rencana produksi, rencana pemasaran, rencana keuangan, dan rencana personalia. Setiap faktor memerlukan tipe rencana yang berbeda.
2. Tingkatan organisasional, ini termasuk keseluruhan organisasi atau satuan-satuan kerja.
3. Karakteristik (sifat rencana), ini meliputi faktor kompleksitas, fleksibilitas, keformalan, kerahasiaan, biaya, rasionalitas, kuantitas, dan kualitas.
4. Waktu, ini menyangkut rencana jangka pendek, rencana jangka menengah, dan rencana jangka panjang.
5. Unsur-unsur rencana, ini dalam wujud anggaran, program, prosedur, kebijaksanaan peraturan, dan sebagainya.

Dalam suatu organisasi, rencana dirinci melalui tingkatan-tingkatan yang membentuk hierarki dan paralel dengan struktur organisasi. Ada 2 (dua) tipe utama, yaitu :

1. Rencana strategik (*strategic plant*), merupakan rencana yang dirancang untuk memenuhi tujuan organisasi yang luas, mengimplementasikan misi yang memberikan alasan khas keberadaan organisasi.

Langkah-langkah proses penyusunan strategik ini adalah :

- Penentuan misi dan tujuan.
- Pengembangan profil perusahaan.
- Analisa lingkungan eksternal.
- Analisa internal perusahaan.
- Identifikasi kesempatan dan ancaman strategik.
- Pembuatan keputusan strategik.
- Pengembangan strategi perusahaan.
- Implementasi strategi.
- Peninjauan kembali dan evaluasi (*strategic control*).

2. Rencana operasional (*operational plant*), merupakan penguraian rinci bagaimana rencana strategik dapat dicapai.

Rencana operasional mempunyai 2 (dua) tipe, yaitu :

- 1) Rencana sekali pakai (*single use plane*), rencana ini dikembangkan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu dan tidak digunakan lagi bila telah mencapainya.
- 2) Rencana tetap (*standing plant*), ini merupakan pendekatan-pendekatan standar untuk menangani situasi yang dapat diperkirakan dan terjadi berulang-ulang.

B. Penempatan SDM dalam Organisasi Kewirausahaan

Sumber-sumber Tenaga Kerja

Ada 2 (dua) sumber perolehan tenaga kerja, yaitu sumber intern dan sumber ekstern, tetapi manajer lebih menyukai perolehan dari sumber intern karena dapat memotivasi karyawan yang sudah ada, tetapi juga manajer perlu mencari orang yang tepat dalam menduduki suatu posisi agar pekerjaan dapat berjalan secara efektif dan efisien dari luar organisasi.

1) Sumber Intern

Ada 3 (tiga) sumber intern tenaga kerja, yaitu :

- Karier
Karir pekerjaan dari seorang karyawannya yang begitu meningkat, memungkinkan karyawan tersebut akan mengisi posisi yang kosong.
- Promosi jabatan
Promosi dari dalam biasanya mempunyai keuntungan :
(1) Membangun moral,
(2) Mendorong karyawan untuk bekerja lebih keras dengan harapan akan mendapatkan promosi, dan
(3) Membuat individu cenderung tinggal dengan organisasi kewiraswastaan tertentu karena kemungkinan promosi di masa depan.
- Rotasi jabatan
Rotasi jabatan bisa dilakukan apabila itu diperlukan untuk kepentingan perusahaan.

2) Sumber Ekstern

Sumber ekstern tenaga kerja dapat diperoleh antara lain :

- Para pesaing

Satu sumber eksternal sumberdaya manusia yang umumnya terbuka adalah organisasi kewiraswastaan pesaing. Karena terdapat beberapa keuntungan membajak sumberdaya manusia dari pesaing, tipe pembajakan ini telah menjadi praktek yang umum.

- **Badan/agen penempatan kerja**
Suatu agen penempatan kerja adalah suatu organisasi yang mengkhususkan diri di dalam menyesuaikan individu dengan organisasi. Agen-agen tersebut membantu orang-orang untuk menemu
- **Lembaga pendidikan**
Beberapa wiraswastawan pergi secara langsung ke Perguruan Tinggi untuk mewawancarai mahasiswa-mahasiswa yang mendekati kelulusan. Sekolah bisnis, sekolah teknik, sekolah seni, dan lain-lain mempunyai sumberdaya manusia yang agak berbeda untuk ditawarkan. Usaha penarikan tenaga kerja hendaknya dipusatkan pada sekolah-sekolah dengan kemungkinan tertinggi untuk menyediakan sumberdaya manusia semestinya bagi posisi lowong.
- **Media massa informasi**
Mungkin sumber tenaga kerja manusia yang potensial yang paling luas adalah pembaca dari publikasi-publikasi tertentu. Untuk bisa menemukan sumber ini, wiraswastawan bisa memasang iklan pada media massa.

Langkah-langkah Proses Seleksi Tenaga Kerja

1. Penerimaan Pendahuluan

Proses seleksi merupakan jalur dua arah. Organisasi memilih para karyawan dan para

pelamar memilih perusahaan. Seleksi dimulai dengan kunjungan calon pelamar ke kantor personalia atau dengan permintaan tertulis untuk aplikasi.

Bila pelamar datang sendiri, wawancara pendahuluan dapat dilakukan. Ini akan sangat membantu dalam upaya menghilangkan kesalahpahaman dan menghindarkan pencarian informasi dari sumber tidak resmi ("jalan belakang").

2. Tes-tes Penerimaan

Tes-tes penerimaan sangat berguna untuk mendapatkan informasi yang relatif obyektif tentang pelamar yang dapat dibandingkan dengan para pelamar lainnya dan para karyawan sekarang. Tes-tes penerimaan merupakan berbagai peralatan bantu yang menilai kemungkinan padunya antara kemampuan, pengalaman, kepribadian pelamar, dan persyaratan jabatan.

Agar tes dapat meloloskan para pelamar yang tepat, maka ia harus *valid*. *Validitas* berarti bahwa skor-skor tes mempunyai hubungan yang berarti (signifikan) dengan prestasi kerja atau dengan kriteria-kriteria relevan lainnya.

3. Wawancara Seleksi

Wawancara seleksi adalah percakapan formal dan mendalam yang dilakukan untuk mengevaluasi hal dapat diterimanya atau tidak (*acceptability*) seorang pelamar. Pewawancara (*interviewer*) mencari jawab dua pertanyaan umum. Dapatkah pelamar melaksanakan

pekerjaan? Bagaimana kemampuan pelamar dibandingkan dengan pelamar lain ?

Wawancara mempunyai tingkah fleksibilitas tinggi, karena dapat diterapkan baik terhadap para calon karyawan manajerial atau operasional, berketerampilan tinggi atau rendah, maupun staf. Teknik ini juga memungkinkan pertukaran informasi dua arah : pewawancara mempelajari pelamar, dan sebaliknya pelamar mempelajari perusahaan.

4. Pemeriksaan Referensi

Bagaimana tipe pelamar ? Apakah pelamar adalah pekerja yang dapat dipercaya ? Bagaimana sifat-sifat atau kepribadian pelamar ? Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan ini, departemen personalia menggunakan berbagai referensi.

Personal references tentang karakter pelamar biasanya diberikan oleh keluarga atau teman-teman terdekat yang ditunjuk oleh pelamar sendiri atau diminta perusahaan. Bila referensi diserahkan secara tertulis, pemberi referensi biasanya hanya menekankan hal-hal positif. Oleh karena itu, referensi pribadi pada umumnya jarang digunakan.

Employment references mencakup latar belakang atau pengalaman kerja pelamar. Banyak spesifikasi personalia bersikap skeptis terhadap referensi-referensi tersebut, karena dalam kenyataannya organisasi sangat jarang untuk mendapatkan referensi yang benar.

5. Evaluasi Medis

Proses seleksi ini mencakup pemeriksaan kesehatan pelamar sebelum keputusan penerimaan karyawan dibuat. Pada umumnya, evaluasi ini mengharuskan pelamar untuk menunjukkan informasi kesehatannya. Pemeriksaan dapat dilakukan oleh dokter di luar perusahaan maupun oleh tenaga medis perusahaan sendiri. Evaluasi medis memungkinkan perusahaan untuk menekan biaya perawatan kesehatan karyawan dan asuransi jiwa, mendapatkan karyawan yang memenuhi persyaratan kesehatan fisik untuk pekerjaan-pekerjaan tertentu, atau memperoleh karyawan yang dapat mengatasi stress fisik dan mental suatu pekerjaan.

6. Wawancara Atasan Langsung

Atasan langsung (penyelia) pada akhirnya merupakan orang yang bertanggung jawab atas para karyawan baru yang diterima. Oleh karena itu, pendapat dan persetujuan mereka harus diperhatikan untuk keputusan penerimaan final. Penyelia sering mempunyai kemampuan untuk mengevaluasi kecakapan teknis pelamar dan menjawab pertanyaan-pertanyaan dari pelamar tentang pekerjaan tertentu secara lebih tepat. Atas dasar ini banyak organisasi yang memberikan wewenang kepada penyelia untuk mengambil keputusan penerimaan final.

Komitmen para penyelia pada umumnya akan semakin besar bila mereka diajak berpartisipasi dalam proses seleksi. Partisipasi mereka paling baik diperoleh melalui *supervisory interview*. Dengan mengajukan serangkaian pertanyaan, penyelia menilai kecakapan teknis,

potensi, kesediaan bekerjasama, dan seluruh kecocokan pelamar. Wawancara ini berguna sebagai suatu cara efektif untuk meminimumkan pertukaran karyawan, karena karyawan telah dapat memahami perusahaan dan pekerjaannya sebelum mereka mengambil keputusan untuk bekerja pada perusahaan.

7. Keputusan Penerimaan

Apakah diputuskan oleh atasan langsung atau departemen personalia. Keputusan penerimaan menandai berakhirnya proses seleksi. Dari sudut pandangan hubungan masyarakat (*public relations*), para pelamar lain yang tidak terpilih harus diberitahu. Departemen personalia dapat mempertimbangkan lagi para pelamar yang ditolak untuk lowongan-lowongan pekerjaan lainnya karena mereka telah melewati berbagai macam tahap proses seleksi.

Latihan dan Pengembangan serta Teknik yang Dilakukan untuk Karyawan Baru dan Lama

Meliputi aspek pengelolaan terhadap sumberdaya manusia sebuah perusahaan. Perusahaan-perusahaan yang secara aktif menerapkan *talent management* merupakan perusahaan yang berupaya secara lebih profesional dalam mengelola kualitas sumberdaya manusia perusahaan.

Istilah *talent management* erat kaitannya dengan manajemen sumberdaya manusia berbasis kompetensi. Kompetensi yang diharapkan dari sumberdaya manusia meliputi kompetensi pengetahuan, keterampilan, pengalaman, berbagai

karakter kepribadian yang biasanya ditunjukkan oleh sebuah sikap kebiasaan yang muncul.

Talent management biasanya meliputi 3 (tiga) proses, diantaranya adalah sebagai berikut :

- 1) Proses pengembangan dan penguatan kompetensi karyawan baru pada saat awal masuk ke perusahaan. *Talent management* pada tahapan ini meliputi seleksi sumberdaya dari perusahaan, bagaimana cara-cara kreatif yang bisa dilakukan untuk dapat menampung sumberdaya manusia yang berkualitas dan memiliki kompetensi di banyak hal.
- 2) Proses pengembangan juga bisa dibantu langsung oleh pihak perusahaan melalui berbagai kegiatan pelatihan dan pembekalan menyangkut kompetensi sumberdaya manusia yang baru diterima di perusahaan. Penyaringan sumberdaya manusia yang berkualitas dari awal bisa dilakukan salah satunya dengan cara memberikan iming-iming imbalan gaji yang besar. Dengan cara ini diharapkan mampu menarik perhatian pihak-pihak sumber daya manusia yang lebih berkompeten.
- 3) Upaya memelihara serta mengembangkan sumberdaya manusia yang sudah ada di perusahaan perlu terus dikembangkan dan diarahkan agar mampu terus meningkat kualitasnya. Pengembangan sumberdaya manusia perusahaan menjadi salah satu tanggung jawab perusahaan.

Banyak cara yang bisa terus dilakukan untuk meningkatkan kualitas sumberdaya manusia yang sudah ada, diantaranya dengan memberi pembekalan

pelatihan, melakukan evaluasi kinerja dan arah, dan cara-cara kreatif lain yang biasanya dilakukan oleh pihak perusahaan.

Upaya mencari dan menarik sumberdaya manusia yang memiliki kompetensi yang baik, komitmen serta karakter kerja yang baik bagi perusahaan. Untuk menjaga kualitas sumberdaya manusia sebuah perusahaan, maka perlu dilakukan upaya untuk mencari, meningkatkan atau juga merekrut karyawan baru yang memiliki kompetensi terbaik untuk bisa bekerja di sebuah perusahaan. Komitmen dan karakter kerja yang baik dari seorang karyawan biasanya bisa diperoleh dari stok sumberdaya manusia atau karyawan lama perusahaan yang biasanya sudah cukup paham dengan kondisi perusahaan

Bagi mereka yang memang memiliki kinerja dan komitmen yang baik dalam bekerja, biasanya akan semakin mudah dimantapkan melalui upaya komunikasi yang dilakukan oleh pihak perusahaan.

Talent management juga dilakukan sebagai upaya untuk menghemat anggaran finansial sebuah perusahaan. Perampingan jumlah karyawan perusahaan yang didasarkan pada aspek kompetensi, kualitas kerja, komitmen, dan sebagainya akan menghemat anggaran finansial perusahaan yang sedianya dialokasikan untuk menggaji karyawan-karyawan perusahaan yang tidak produktif.

Langkah untuk mengoptimalkan kinerja karyawan melalui strategi *talent management* merupakan upaya cerdas untuk meningkatkan efektivitas sumberdaya manusia perusahaan sekaligus sebagai upaya pengelolaan dan penghematan anggaran finansial sebuah perusahaan. Bekerja

dengan jumlah karyawan sedikit yang berkompeten akan lebih baik jika dibandingkan dengan jumlah karyawan yang banyak namun minim kualitas.

BAB VIII

Menilai Kebutuhan Usaha

A. Menilai Kebutuhan Usaha

Wirausaha merupakan perilaku yang mencakup upaya-upaya seseorang dalam meraih kesempatan tanpa memandang seberapa besar sumber daya yang berada di bawah kontrol orang tersebut.

Dengan munculnya para wirausahawan yang tangguh, terciptalah lapangan pekerjaan yang luas dan kuat, sehingga

masyarakat menjadi lebih sejahtera. Stoner dan Bruch (1985-1986) menyebutkan dampak rasio ekonomis dari wirausaha adalah sebagai berikut.

1. Menciptakan lapangan kerja.
2. Meningkatkan kualitas hidup.
3. Meningkatkan pemerataan kehidupan.
4. Memanfaatkan dan memobilisasi sumber daya usaha.
5. Meningkatkan kesejahteraan pemerintah melalui program peningkatan pendapatan pajak.

A. Definisi Usaha

Usaha secara etimologi artinya adalah kegiatan atau pekerjaan dalam bentuk umum. Secara terminologis sering digunakan untuk semua jenis pekerjaan manusia dan aktivitasnya, seperti dalam firman Allah:

هَٰذِهِ الْغَيْبُ عَلِيمٍ إِلَىٰ وَسُتَرْدُونَ وَالْمُؤْمِنُونَ وَرَسُولُهُ عَمَلُكُمْ اللَّهُ فَيَسِيرُ أَعْمَلُوا وَقِلِ
تَعْمَلُونَ كُنْتُمْ بِمَا فَيَنْبِئُكُمْ وَاللَّهُ

“Dan katakanlah, ‘Berusahalah kamu, maka Allah dan RasulNya serta orang-orang mukmin akan melihat usaha itu mu.” (At- Taubah: 105).

Namun terkadang digunakan untuk arti khusus yakni: keterampilan, profesi atau mencari rizki.

“Tidak ada makanan yang dimakan seseorang yang lebih baik dari makanan yang merupakan usaha tangannya sendiri.

Karena Nabi Allah Daud makan dari hasil usaha tangannya sendiri.”³⁸

Usaha dalam islam dibatasi dengan dua hal: Keikhlasan dan *ittiba'* atau mengikuti rasulullah. Yakni bahwa usahanya itu hendaknya dilakukan untuk mencari keridhaan Allah dan hendaknya usahanya itu sesuai dengan Sunnah rasulullah.

لِيَعْمَلَ رَبِّهِ لِقَاءَ يَرْجُوا كَانَ فَمَنْ وَاحِدًا إِلَهُ إِلَهُكُمْ أَنْمَا إِلَى يُوْحَىٰ مِتْلَكُمْ بَشْرًا أَنْمَا قُلْ
أَحَدًا رَبِّهِ عِبَادَةَ يُشْرِكُ وَلَا صَلَاحًا عَمَلًا فُ

“Barangsiapa mengharap perjumpaan dengan Rabbnya maka hendaklah ia mengerjakan amal yang saleh dan janganlah ia mempersekutukan seorangpun dalam beribadat kepadanya Rabbnya”. (Al-Kahfi: 110).

Kebenaran satu usaha tentu saja dilihat dari kesesuaian usaha itu dengan syariat. Sementara Allah tidak akan memeberikan pahala pada satu amalan kecuali bila bertujuan mengharapkan keridhaanNya.

Usaha yang menentukan tegaknya hidup manusia, hukumnya fardhu 'ain. Sementara usaha menentukan tegaknya kehidupan bersama, hukumnya fardhu kifayah. Mendirikan perusahaan atau perindustrian dilihat dari kebutuhan umat secara kolektif hukumnya adalah fardhu kifayah. Bertawakal kepada Allah tidak berarti menganggur

dan meninggalkan usaha. Karena yang demikian disebut “penggantungan”, yaitu tercela. Sesungguhnya Rasulullah tidak pernah memerintahkan umat manusia meninggalkan usaha mencari rizki dan mencari penghidupan. Bahkan Allah mengakui cara mencari rizki yang Allah ridhai. Oleh sebab itu tidak ada alasan mencela jalur-jalur usaha yang disyariatkan. Yang dicela adalah yang menyebabkan pelakunya lupa kepada Allah dan menghalanginya untuk beramal ibadah kepadaNya, sebagaimana dalam firman Allah.

تَقْلَبُ يَوْمَئِذٍ الْأُبْهُارُ وَالصَّالُّونَ إِتَوَى الصَّلَاةَ وَأَقَامُوا اللَّهَ ذِكْرًا عَنْ بَيْعٍ وَلَا تَحْتَرَةُ تَلْهِمُهُمْ لَا رَجَالٌ
وَالْأَبْصَارُ الْقُلُوبُ فِيهِ ت

“Laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingat Allah...” (An-Nur: 37).

Ilmu dan amal dalam islam tidak dapat dipisahkan. Oleh sebab itu orang yang beramal atau berusaha harus mempelajari hukum-hukum syariat yang berkaitan dengan bidang usahanya sehingga tidak tergelincir dan terjerumus dalam keharaman. Seorang bisnisan hendaknya mempelajari bagian ilmu fiqih yang berkaitan dengan berbagai aktivitas bisnis yang diharamkan.

Sebagaimana seorang pekerja wajib mempelajari hal yang berkaitan dengan bidang usahanya dari hukum-hukum syariat, ia juga harus menekuni dan mengerjakan pekerjaannya itu dengan baik, serta melakukan berbagai cara yang dapat menolongnya menyelesaikan pekerjaannya, dengan melatih dan mengajarkan ilmunya atau dengan cara lain.

B. Definisi Kebutuhan

Kebutuhan adalah segala keinginan manusia akan barang dan jasa yang dapat memberikan kepuasan secara jasmani dan rohani.

Macam-macam kebutuhan

1. Menurut intensitasnya:

a. Kebutuhan primer yaitu kebutuhan yang tidak boleh tidak harus dipenuhi. Contohnya yaitu kebutuhan akan makanan, pakaian dan perumahan

b. Kebutuhan sekunder yaitu kebutuhan yang akan terpenuhi bila kebutuhan primer telah terpenuhi. Contohnya yaitu: kebutuhan akan perabot rumah tangga akan dirasakan dibutuhkan jika sudah memiliki rumah.

c. Kebutuhan tertier yaitu kebutuhan mewah yang baru atau dirasakan dipenuhi jika kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder telah ada dan tersedia. contohnya kebutuhan akan mobil mewah seperti mobil mercedez.

2. Menurut bentuknya:

a. kebutuhan materiil atau jasmani.

b. Kebutuhan immaterial atau rohani.

3. menurut waktunya:

a. Kebutuhan sekarang atau mendesak.

b. Kebutuhan yang akan datang atau kebutuhan yang dapat ditunda.

C. Pengertian Kebutuhan Usaha

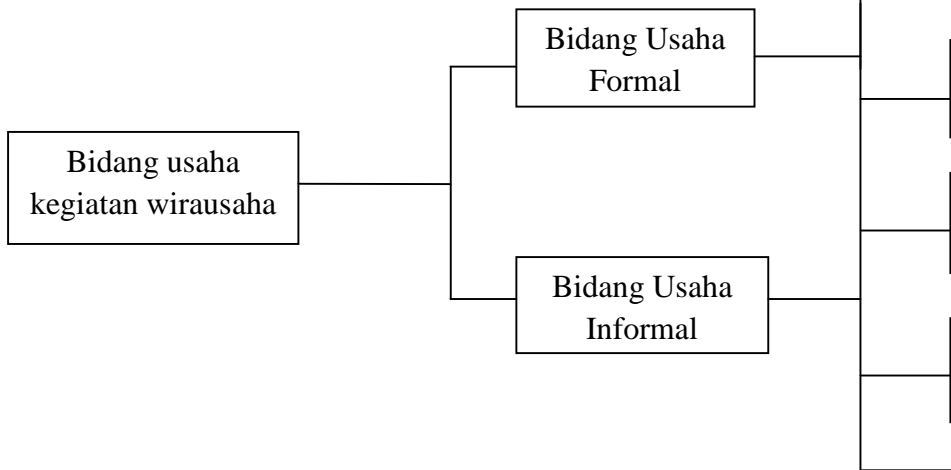
- ✚ Hal-hal yang harus dipenuhi perusahaan untuk mendirikan dan menjalankan usaha dari awal hingga perusahaan beroperasi.

Beberapa aspek yang harus dipertimbangkan pada saat pertama kali suatu ide usaha hendak dikembangkan.

1. Peluang yang terbuka bidang usaha yang direncanakan.
 2. Pemahaman yang baik terhadap bidang usaha yang akan digeluti, dan calon pesaing dalam bidang usaha tersebut.
 3. Mengetahui dengan jelas siapa saja yang akan menjadi pesaing dan calon pesaing dalam bidang usaha tersebut.
 4. Mengenal dengan jelas seberapa besar pasar yang akan dimasuki dan bagaimana cirinya.
 5. Mengenal dengan baik siapa saja yang akan menjadi pemasok (supplier) bahan baku.
 6. Mengetahui dengan jelas dari mana tenaga kerja yang dibutuhkan akan diperoleh.
 7. Memperhitungkan di mana lokasi yang tepat untuk mendirikan usaha.
 8. Memahami seluk-beluk peraturan terkait dengan bidang usaha yang digeluti.
- ✚ Kebutuhan usaha beragam jenis tergantung bidang usaha dari kegiatan wirausaha tersebut.

D. Bidang Usaha Kegiatan Wirausaha

Kegiatan wirausaha dapat bergerak pada bidang usaha formal dan informal. Kedua bidang tersebut mempunyai pengaruh besar bagi pertumbuhan sektor industri.



✚ Dilakukan penilaian secara benar dan akurat.

Banyak jenis usaha dibidang ekonomi, namun tidak semua usaha untuk mencari nafkah atau menambah penghasilan di bidang ekonomi seperti usaha menjadi calo, menjadi buruh pabrik buruh tani, buruh bangunan, penarik

becak dan sebagainya adalah pekerjaan wiraswasta. Para pekerja semacam itu belum dapat dikatakan sebagai wiraswastaan.

Pekerjaan wiraswasta menuntut pendayagunaan sumber tenaga kerja yang dinamis dan kreatif, sehingga si pekerjanya memperoleh kemajuan serta prestasi yang semakin menanjak . dengan pendayagunaan kekuatan pribadi yang dinamis dan kreatif, maka pekerjaan seseorang menjadi efektif dan produktif.



Langkah-langkah untuk memulai usaha

Sebelum memulai suatu usaha, kita harus memahami terlebih dahulu tentang konsep produk atau jasa yang akan menjadi bisnis kita. Memahaminya itu bukan hanya secara teknis produksi, tetapi kita juga harus menilik pasar dan prospek dari lingkungan terkecil sampai pada lingkungan terbesar. Hal ini dibahas secara menyeluruh aspek-aspek penting dalam melakukan analisa atas kelayakan dan prospek produk, termasuk produk -produk baru, yaitu dengan melihat sisi human behavior, kebutuhan pasar dan lainnya.

Setiap orang yang mau memulai bisnis harus mengetahui visi dan misi yang akan menjadi panduan seseorang untuk tetap fokus kepada tujuan bisnis dan organisasinya. Akan tetapi seringkali suatu usaha pada saat mulai maju atau berkembang pada tahap berikutnya mengalami kegagalan, karena organisasi tersebut tidak focus pada peningkatan kemajuan bisnisnya. Tetapi ia terlalu banyak mencoba mengembangkan bidang usaha lain yang baru. Dalam hal ini setiap orang akan belajar bagaimana membuat visi dan misi yang berkaitan dengan latar belakang pribadi dan pengetahuan usaha yang akan dirintis.

Sikap mental merupakan kunci keberhasilan atas usaha anda, selain daripada pemahaman usaha anda. there is no over night success ada sesuatu hal yang harus dicamkan oleh seorang entrepreneur, karena hal ini membutuhkan waktu, sikap pantang menyerah, proses belajar berkesinambungan dan melihat permasalahan secara positif yang tidak membuat kita patah semangat, tapi harus melihat setiap peluang dan tetap belajar dari kegagalan. Dan dari hal ini kita akan belajar banyak tentang sikap-sikap bagaimana cara menjadi seorang entrepreneur yang sukses.

Secara statistik hampir seluruh kegagalan bisnis kecil dan menengah disebabkan karena tidak adanya perencanaan bisnis yang dibuat. Asumsi-asumsi seperti kapasitas produksi, tingkat utilisasi produksi, proyeksi kenaikan harga, dan biaya serta aspek yang lainnya. Dalam perencanaan suatu bisnis, kita haruslah menggambarkan secara akurat, realitas pasar atau praktek yang ada dalam suatu industri. Sistematisasi perhitungan dan proyeksi pendapatan serta biaya harus dibuat secara tepat. Sehingga dapat membantu setiap calon pengusaha untuk menghitung secara akurat kebutuhan modal investasi dan modal kerja, termasuk struktur biaya untuk persiapan awal, tahap percobaan, produksi secara komersial, distribusi pemasaran, administrasi, sumber daya manusia, dan juga komponen pendapatan usaha yang terdiri dari pendapatan inti dan tambahan. Pemahaman yang baik akan hal ini akan membantu setiap calon entrepreneur untuk dapat mengidentifikasi potensi resiko bisnis, manajemen dan keuangan serta membuat langkah-langkah pengendalian untuk dapat menghindari setiap resiko.

Setiap usaha dari yang paling kecil sekalipun membutuhkan manajemen yang baik untuk memastikan proses pemasaran, produksi, distribusi dan penjualan

berlangsung dengan baik. Sistem manajemen yang buruk akan mengakibatkan adanya biaya yang tidak perlu seperti bahan baku yang terbuang, pekerja yang tidak produktif karena pengawasan yang tidak efektif dan deskripsi pekerjaan yang tidak jelas, koordinasi dan komunikasi antar pegawai yang tidak efektif sehingga banyak keputusan yang terlambat, perekrutan pegawai yang tidak efektif sehingga banyak pegawai yang keluar masuk dan membuang banyak waktu dan biaya, pelatihan yang tidak baik sehingga produktivitas pegawai yang rendah dan masih banyak lagi permasalahan organisasi. Dalam topik ini kami akan memberikan pengetahuan dasar dan aspek-aspek yang sangat penting yang harus dipelajari oleh calon bisnis entrepreneur untuk menghindari resiko manajemen yang dapat menyebabkan kegagalan usaha.

Sumber Daya Manusia atau SDM merupakan salah satu kunci keberhasilan usaha yang sangat penting. Banyak pakar yang menyadari bahwasanya untuk memulai usaha seringkali apabila kita merekrut pegawai yang tepat dan berpotensi sangat baik dapat menutup kelemahan manajemen, organisasi dan sistim dalam jangka pendek. Dengan SDM yang tepat maka kita sudah setengah jalan untuk menjadi sukses. Topik ini akan membantu kita untuk memahami kriteria pegawai yang baik dan sesuai dengan kebutuhan usaha, manajemen SDM secara umum termasuk sistim penilaian kinerja pegawai sehingga setiap pegawai akan merasa puas dan juga bagaimana memotivasi pegawai baik secara psikologi umum maupun dengan sistim insentif untuk mengoptimalkan kinerja pegawai.

Dalam memulai usaha umumnya setiap calon entrepreneur akan mengalami banyak permasalahan dan krisis. Banyak kegagalan terjadi karena kurangnya kreativitas,

kepemimpinan dan pembuatan keputusan yang tepat untuk mencari solusi yang baik. Kreativitas seperti “thinking outbox” atau kemampuan melakukan analisa permasalahan di luar pemahaman yang sudah ada dan mencari alternatif solusi yang kreatif akan sangat membantu usaha anda untuk berhasil. Kreativitas juga akan sangat membantu anda untuk menyesuaikan produk-produk anda agar dapat diterima oleh pasar dan juga melihat berbagai peluang dalam membangun usaha anda. Kepemimpinan sangat penting dalam krisis untuk membuat setiap pegawai dan semua orang yang terlibat dalam usaha anda percaya bahwasanya anda tidak panik, menjadi tempat last resort solusi atas semua permasalahan dan menjadi panutan. Proses Pembuatan Keputusan akan membantu anda dalam mencari alternatif solusi dan memilih yang terbaik untuk usaha dan organisasi anda. Dalam topik ini anda akan mendapatkan cara-cara mengembangkan kreativitas usaha anda, ciri-ciri kepemimpinan yang cocok dengan latar belakang pribadi anda dan bagaimana proses yang benar dalam membuat keputusan dalam setiap permasalahan.

E. Pengelolaan Usaha

Perencanaan Usaha adalah suatu cetak biru tertulis (blue print) yang berisikan tentang misi usaha , usulan usaha, operasional usaha, rincian finansial, strategi usaha , peluang pasar yang mungkin diperoleh dan kemampuan serta keterampilan pengelolaannya.

Perencanaan usaha sebagai persiapan awal memiliki 2 fungsi penting, yaitu :

- a. Sebagai pedoman untuk mencapai keberhasilan manajemen usaha

b. Sebagai alat untuk mengajukan kebutuhan permodalan yang bersumber dari luar.

Menurut Zimmer (1993 :331), ada beberapa unsur yang harus ada dalam perencanaan usaha yaitu :

- 1) Ringkasan pelaksanaan,
Ringkasan pelaksanaan menjelaskan tentang maksud usaha, usulan finansial, permintaan dana, cara menggunakan dana dan cara pembayaran kembali pinjaman.
- 2) Profil Usaha,
Merupakan filosofi manajemen perusahaan
- 3) Strategi usaha,
Meliputi latar belakang, gambaran usaha secara detail, analisis pasar
- 4) Produk dan jasa,
Yaitu produk dan jasa yang akan dipasarkan
- 5) Strategi pemasaran,
Menggambarakan bagian-bagian penting dari rencana bisnis untuk usaha baru
- 6) Analisis pesaing,
Memuat gambaran tentang pesaing yang ada, perusahaan yang mungkin masuk pasar, kekuatan dan kelemahan pesaing.
- 7) Ringkasan karyawan dan pemilik rencana operasional,
Orang-orang kunci dalam perusahaan beserta latar belakang dan sifat-sifat spesifik lain.
- 8) Rencana operasional,
Gambaran tentang biaya operasional untuk membiayai material, tenaga kerja, peralatan pemasaran, dan biaya lainnya.
- 9) Data finansial,

Proyeksi dan aktualisasi neraca dan laporan laba rugi perusahaan.

- 10) Proposal atau usulan pinjaman,
Usulan usaha dimaksudkan untuk mengajukan dana kepada penyandang dana.
- 11) Jadwal operasional.
Waktu digunakannya biaya operasional.

F. Pengelolaan Keuangan

Pengelolaan keuangan adalah bagaimana perusahaan mengusahakan sumber dana, menggunakan, dan mengendalikan dana-dana tersebut.

Hal-hal yang berkaitan dengan bidang usaha dari hukum-hukum syariat, salah satunya memperoleh keuntungan lewat perniagaan.

﴿الْمُسْتَقِيمَ بِالْقِسْطِ اسْ وَزِنُوا﴾ (١٨١) ﴿الْمُخْسِرِينَ مِنْ تَكُونُوا وَلَا الْكَيْلَ أَوْفُوا﴾

﴿مُفْسِدِينَ الْأَرْضِ فِي تَعْتُوا وَلَا أَشْيَاءَهُمُ النَّاسَ تَبْخَسُوا﴾ (١٨٢) ﴿وَلَا تَبْخَسُوا﴾ (١٨٣)

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan . Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan”.(QS. 26:181-183)

Ayat diatas menekankan dalam mengelola keuangan agar menggunakan dan mengendalikan dana perusahaan dengan baik serta tidak menyalah gunakannya.

ada tiga aspek yang harus perlu diperhatikan dalam pengelolaan keuangan, yaitu:

- 1) Aspek sumber dana,
- 2) Aspek rencana dan penggunaan dana,

3) Aspek pengawasan atau pengendalian keuangan.

Sumber-sumber Keuangan Perusahaan

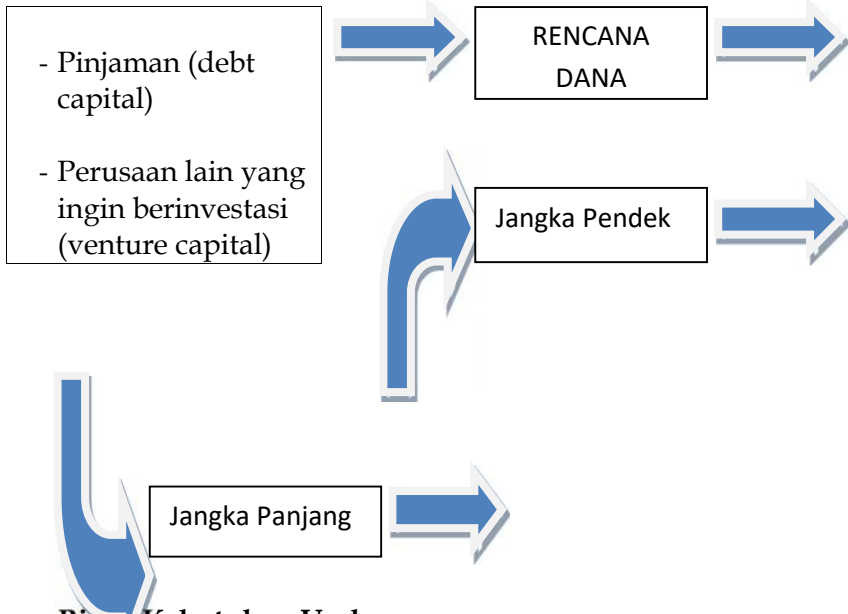
Sumber dana perusahaan dapat dibagi menjadi dua golongan, yaitu:

- 1) Dana yang berasal dari perusahaan disebut **pembelajaan internal**.
Ada tiga jenis sumber dana internal yang dapat dijadikan sumberkeuangan perusahaan, di antaranya:
 - (a) Penggunaan dana perusahaan.
 - (b) Penggunaan cadangan.
 - (c) Penggunaan laba yang tidak dibagi/ ditahan.
- 2) Dana yang berasal dari luar perusahaan, disebut **pembelanjaan eksternal**. Sumber dana ekstern mencakup:
 - (a) Dana dari pemilik atau penyertaan.
 - (b) Dana yang berasal dari utang/pinjaman baik jangka pendek maupun jangka panjang.
 - (c) Dana bantuan program pemerintah pusat dan daerah.
 - (d) Dana dari teman atau keluarga yang ingin menanamkan modalnya.
 - (e) Dana ventura, yaitu dana dari perusahaan yang ingin meinvestasikan dananya pada perusahaan kecil yang memiliki potensi.

Alur Sumber dan Penggunaan Dana

Sumber Dana
- Modal sendiri yang Diinvestasikan (equity capital)





Biaya Kebutuhan Usaha :

- Dengan mengetahui jenis dan jumlah kebutuhan usaha membuat rencana anggaran;
- Adapun jenis komponen kebutuhan usaha meliputi :

Biaya pra Investasi,

adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam rangka memulai suatu usaha misalnya biaya survey lapangan, biaya studi kelayakan.

- a) Biaya pembelian aktiva tetap, terbagi atas dua, yaitu:
 - berwujud, aktiva tetap yang berwujud adalah seperti pembelian tanah, bangunan, mesin, peralatan, kendaraan inventaris kantor.

- tidak berwujud , aktiva tetap tidak berwujud seperti pembelian lisensi, hak paten, system franchise (Waralaba).

- b) Biaya Operasional,
Kegiatan Operasional adalah sejumlah dana yang digunakan untuk menjalankan kegiatan usaha yang sedang berjalan.

Rancangan kebutuhan usaha

1. Biaya pra investasi adalah biaya awal yang diperlukan ketika perusahaan akan berdiri.

2. Pembelian aktiva tetap, terdiri atas:

- Berwujud
- Tidak berwujud

3. Modal kerja:

1. Jumlah kebutuhan investasi .
 2. Dana yang tersedia (modal sendiri).
 3. Dana pinjaman.
- Rencanakan kebutuhan investasi dalam suatu jenis usaha .

1. Biaya pra investasi

2. Pembelian aktiva tetap; sarana-prasarana, sewa, peralatan kantor dll.

3. Modal kerja; tenaga kerja, telepon, listrik, air, dll.

- Hitung berapa jumlah kebutuhan investasi, berapa dana yang tersedia, berapa dana pinjaman.

Teknik dan Strategi Pemasaran Bagi Usaha Baru

Pemasaran adalah kegiatan meneliti kebutuhan keinginan konsumen, menghasilkan barang atau jasa, menentukan harga, mempromosikan, serta mendistribusikan barang dan jasa.

Tujuan pemasaran adalah bagaimana agar barang dan jasa yang dihasilkan disukai, dibutuhkan, dan dibeli oleh konsumen. Ini berarti bahwa perhatian kita dalam pemasaran haruslah diawali dengan riset pemasaran, yaitu untuk meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen. Inti pemasaran adalah menciptakan nilai yang lebih tinggi dibandingkan nilai yang diciptakan oleh pesaing bagi konsumen. Strategi usaha yang cocok dengan konsep tersebut adalah memproduksi barang dan jasa yang bisa diproduksi. Strategi pertama sangat tepat dan sesuai dengan inti pemasaran, sedangkan strategi kedua tidak tepat karena tidak memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen. Prinsip dasar pemasaran adalah menciptakan nilai bagi pelanggan, keunggulan bersaing, dan fokus pemasaran. Tujuan pemasaran bukanlah untuk mendapatkan pelanggan, akan tetapi memperbaiki situasi bersaing. Dalam konteks ini, seorang wirausaha harus mampu memproduksi barang dan jasa dengan mutu yang lebih baik, harga yang lebih murah, dan penyerahan yang lebih cepat daripada pesaing.

Perencanaan Pemasaran

Ada beberapa langkah dalam merencanakan pemasaran bagi usaha baru:

1. Menentukan kebutuhan dan keinginan pelanggan
2. Memilih pasar sasaran khusus

3. Menempatkan strategi pemasaran dalam persaingan
4. Memilih strategi pemasaran

Sebelum menentukan harga, peritel harus terlebih dahulu memilih strategi pemasaran yang akan digunakan. Strategi pemasaran yang dapat dipilih antara lain:

1. Penetrasi Pasar

Strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah penjualan barang dan jasa yang sudah ada dengan memperbesar upaya penjualan dan periklanan. Misalnya upaya promosi dan iklan yang gencar yang dilakukan oleh produk-produk jamu, perusahaan-perusahaan rokok dan berhasil meningkatkan angka penjualan.

2. Pengembangan Pasar

Mencoba meningkatkan penjualan dengan memperkenalkan produk barang dan jasa yang ada ada pasar baru.

3. Pengembangan produk

Mencoba meningkatkan penjualan dengan memperkenalkan produk dan jasa baru kepada pasar yang sudah ada.

4. Segmentasi Pasar

Merupakan strategi pemasaran yang sangat terkenal bagi usaha yang baru. Pada strategi ini, produk dipasarkan berdasarkan segmennya misalnya segmentasi berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, tingkat pendapatan dan sebagainya.

G. Cara-cara Meningkatkan Produksi dan Memperbesar Perusahaan.

Banyak perusahaan yang tidak dapat berkembang dan bahkan menjadi bangkrut oleh karena perusahaan-perusahaan

itu cenderung menggunakan sebagian besar keuntungannya untuk di konsumsi. Ada juga perusahaan yang biasa mengadakan pengeluaran yang lebih besar dari pada penghasilannya. Di lain pihak ada perusahaan yang kurang berkembang oleh karena tidak dapat menyisihkan keuntungan akibat tidak diadakannya pemisahan antara harta milik perusahaan dengan harta milik pribadi sehingga tanpa disadari setiap keuntungan dan bahkan modalnya dipergunakan oleh oknum-oknum pengusahanya untuk keperluan konsumsi pribadi.

Bagaimanakah cara mengatasi kelemahan-kelemahan tersebut diatas sehingga kita dapat meningkatkan produksi dan memperbesar perusahaan?

- 1) Sedapat mungkin, usahakan agar kita dapat menyisihkan laba-laba yang diperoleh dan kita masukkan dalam modal. Hal ini akan menambah kekayaan perusahaan, dan karena modal semakin besar usaha dapat diperbesar, sehingga keuntungan perusahaan menjadi semakin banyak pula.
- 2) Apabila penyisihan laba untuk menambah modal belum memungkinkan, sedangkan jumlah permintaan hasil produksi cukup banyak, maka perusahaan memanfaatkan dana-dana penyusutan yang masih belum terpakai untuk memperbesar modal.
- 3) Untuk mengurangi cara penjualan dengan memberikan piutang kepada para langganan, maka usahakan penjualan secara kontan atau dengan tempo yang lebih pendek.
- 4) Aktiva-aktiva tetap yang di rasa tidak terpakai lagi misalnya mesin-mesin, perlengkapan kantor dapat di jual atau di sewakan kepada pihak lain untuk menambah modal.

Diantara beberapa cara tersebut diatas, cara yang terbaik untuk meningkatkan produksi dan

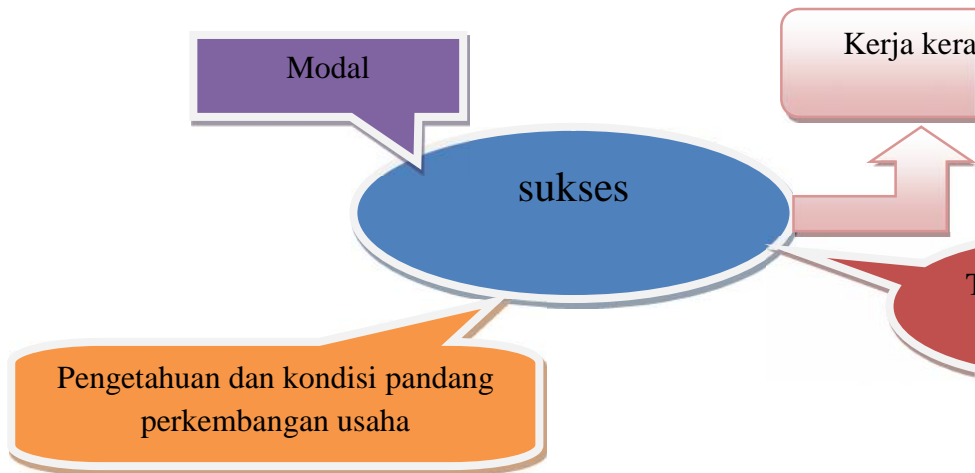
memperbesar perusahaan adalah cara yang pertama yaitu menyisihkan setiap laba untuk memperbesar modal. Dengan cara ini maka kekayaan perusahaan makin besar, keuntungan semakin banyak, dan resiko perusahaan semakin kecil.

Enam pondasi strategi yang didorong oleh pasar menurut Zimmerer (1996:117), yaitu:

1. Orientasi pelanggan
2. Kualitas
3. Kenyamanan
4. Inovasi
5. Kecepatan
6. Pelayanan dan kepuasan pelanggan.

H . Keberhasilan Memulai Usaha

Hal pokok yang harus dimiliki atau dikuasai oleh seorang wirausaha agar perusahaan yang dipimpinnya dapat berhasil, yaitu:



1. Mempunyai modal yang memadai

Pengertian modal yang memadai sangat relatife dan sangat bergantung pada cita-cita dan dasar wawasan wirausahawan tersebut.

2. Mau bekerja keras
Menekuni Usaha yang Ditangani
Ukuran kerja keras yang paling umum dipergunakan adalah jumlah jam kerja yang dijalani oleh seseorang setiap harinya.
3. Tehnik-tehnik keuangan
Suatu badan usaha, sekecil apapun ukurannya, pada akhirnya akan mengevaluasi seluruh aktivitas yang telah dilakukannya selama kurun waktu tertentu dengan cara melihat kinerja akhir keuangannya.
4. Pengetahuan dan kondisi pandang perkembangan usaha
Untuk dapat mengontrol dan menjalankan perusahaannya dengan baik.

BAB. IX

PERMODALAN USAHA

A. Modal Usaha

Modal merupakan salah satu unsur produksi dalam perusahaan.

Beberapa pengertian modal :

a. Prof. Bakker :

Barang-barang konkret yang masih dalam rumah tangga perusahaan yang tercatat dalam neraca debet.

b. Prof Dr. Meij :

Kolektivitas dari barang-barang modal yang tercatat di neraca sebelah debet.

c. Prof. Polak :

Kekuasaan untuk menggunakan barang modal yang tercatat di neraca sebelah debet.

Dalam suatu neraca yang tercatat di sebelah debet disebut modal kongkret, sedangkan yang tercatat disebelah kredit dinamakan modal abstrak. Neraca juga menggambarkan modal menurut bentuknya (sebelah debet) yaitu modal aktif, serta modal menurut sumbernya (sebelah kredit) yaitu modal pasif.

Modal Aktif

Berdasarkan cara dan lamanya perputaran, modal aktif atau kekayaan suatu perusahaan dibagi menjadi :

- a. Aktiva lancar, yaitu aktiva yang habis dalam satu kali berputar dalam proses produksi dan proses perputarannya adalah dalam jangka waktu yang pendek (kurang dari satu tahun).
Unsur aktiva lancar : kas, surat berharga, piutang, dan persediaan barang dagangan.
- b. Aktiva tetap, yaitu aktiva yang tahan lama yang tidak secara berangsur-angsur habis turut serta dalam proses produksi. Misalnya : bangunan pabrik, kendaraan.

Modal Pasif

Dilihat dari sumbernya modal dibedakan menjadi :

- a. Modal sendiri atau modal badan usaha yang berasal dari pemilik modal atau dari cadangan/laba.
- b. Modal asing/modal kreditor, modal yang berasal dari kreditor yang merupakan utang bagi perusahaan.

Modal yang berasal dari internal meliputi :

- a. Modal yang berasal dari pemilik/pendiri.
- b. Modal yang disetor para pemegang saham.

- c. Modal yang didapat dari keuntungan perusahaan.
- d. Keuntungan dari penjualan surat berharga.

Fungsi modal sendiri pada perusahaan adalah :

- a. Membiayai biaya produksi
- b. Menutup kerugian yang diderita
- c. Memberi kredit pada pihak lain
- d. Mempertahankan likuiditas

Modal asing/eksternal meliputi semua pinjaman yang berasal dari luar perusahaan, baik dari lembaga perbankan atau lembaga bukan bank.

Modal yang ada dalam perusahaan diwujudkan dalam **modal investasi** dan **modal kerja**. **Modal investasi** yaitu modal yang memberikan jasa untuk proses produksi dalam jangka waktu yang lama dan terdiri atas alat-alat produksi tahan lama. Contoh : gedung, tanah, dan mesin-mesin. Sedangkan **modal kerja** adalah modal yang tertanam dalam aktiva lancar. Modal kerja selalu dibutuhkan selama perusahaan beroperasi terus menerus berputar di dalam kegiatan usaha.

Modal kerja dapat dibedakan :

- a. *Gross working capital*, yaitu jumlah keseluruhan aktiva lancar.
- b. *Net working capital*, yaitu jumlah aktiva lancar di atas jumlah utang lancar atau jumlah aktiva lancar dikurangi jumlah utang lancar.

Unsur-unsur modal kerja :

- a. Uang kas
- b. Piutang dagang
- c. Surat berharga
- d. Persediaan barang dagangan

Sumber Modal

Modal dalam mendirikan suatu usaha sangatlah penting, karena modal tidak hanya diartikan sebagai uang, akan tetapi bisa juga modal keahlian ataupun pengalaman. Namun dalam hal ini yang kita bahas adalah sumber modal/dana untuk mendirikan usaha/bisnis.

Berbisnis apapun pasti butuh modal, berapa pun jumlahnya. Permodalan sering menjadi kendala utama yang menghambat dalam membangun bisnis, baik itu kurang modal atau bahkan tidak punya modal sama sekali. Banyak sekali pengusaha yang tidak dapat mengembangkan usahanya karena keterbatasan modal. Lalu apakah harus berhenti begitu saja ? Sebaiknya jangansebagai pengusaha, maka mulailah mencari sumber pembiayaan bagi usaha anda.

Memang tidak mudah untuk menentukan sumber pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan usaha. Karena ada beberapa alternatif sumber pembiayaan usaha yang ada, namun yang perlu diketahui adalah bagaimana cara mendapatkan serta mengelolanya dengan baik.

Sebelum berusaha mendapatkan dana, perlu diperhitungkan secara detil berapa kira-kira modal usaha yang dibutuhkan. Biasanya modal usaha dicadangkan untuk selama 3 bulan, 6 bulan, bahkan1 tahun, berbeda-beda sesuai dengan besar kecil usahanya.

Umumnya dana permodalan dapat diperoleh dalam 3 (tiga) cara, antara lain :

1. Dana Sendiri

Menggunakan dana sendiri paling banyak dilakukan oleh pengusaha dalam memodali

usahanya. Pemakaian dana ini dimungkinkan bila memiliki simpanan uang tunai di bank ataupun berupa reksadana.

Dengan dana pribadi ini, kita bisa lebih fleksibel dalam pemakaian jumlah dana sewaktu-waktu, serta bebas mengalokasikan dana sesuai dengan keputusan sendiri. Sekaligus anda akan terbebas dari bunga, pemotongan keuntungan, dan tidak perlu membagi hasil dengan pihak lain.

Meskipun demikian, terkadang menggunakan dana sendiri juga memiliki kelemahan seperti kurangnya kontrol dalam pemakaian dana, lalai dalam pencatatan keuangan, dan bila merugi maka harus menanggung kerugian sendiri.

2. Dana Pinjaman

Jika anda tidak mempunyai simpanan dana pribadi dan kekurangan dana, maka alternatif lainnya adalah dana pinjaman. Berikut ini adalah berbagai macam alternatif dana pinjaman (terutama kredit perbankan) :

a. Kredit Usaha

Kredit usaha pada berbagai bank dikemas dengan nama yang berbeda. Kredit usaha diberikan sesuai dengan jenis usaha masing-masing. Biasanya kredit usaha perbankan dibedakan menjadi kredit investasi dan kredit modal kerja, atau mungkin juga gabungan keduanya. Bagi pengusaha yang hendak mengambil fasilitas kredit ini harus mempelajari dan memenuhi persyaratan yang dibutuhkan. Dianjurkan

untuk mencari kredit usaha pada bank yang mendukung UKM dan Bank pemerintah.

b. Kredit Tanpa Agunan (KTA)

Beberapa lembaga perbankan meluncurkan program Kredit Tanpa Agunan (KTA), yaitu kredit perorangan yang tidak menggunakan agunan sebagai jaminan untuk keperluan konsumtif. Untuk para pemula usaha, kredit ini dapat menjadi salah satu sumber pendanaan bagi yang tidak memerlukan kredit dalam jumlah besar. Umumnya kredit yang diberikan berkisar 5 juta sampai maksimal 150 juta, dengan jangka waktu yang beragam. Bagi yang ingin mendirikan usaha baru mungkin akan kesulitan mendapatkannya. Namun jika anda masih berprofesi sebagai karyawan, maka anda bisa menggunakan profesi tersebut untuk mendapatkan kredit ini guna membangun usaha.

c. Kredit BPR (Bank Perkreditan Rakyat)

Fasilitas kredit dari BPR relatif lebih mudah persyaratan dan prosesnya dibandingkan di bank umum. BPR melayani orang-orang yang butuh pendanaan usaha, terutama UKM, dengan sistem dan persyaratan yang cenderung mudah. Tapi harus diingat tingkat bunganya cenderung lebih tinggi dari bank umum, dengan jangka waktu yang relatif lebih singkat.

d. Leasing dan Lease Back

Leasing ialah program pendanaan yang diberikan oleh suatu lembaga keuangan

yang berbentuk perusahaan pendanaan, dimana pinjaman tersebut diberikan tidak berupa uang tunai, namun berupa pembelian aset bergerak perusahaan seperti kendaraan bermotor.

Sedangkan *lease back* adalah pinjaman yang diberikan pada usaha yang membutuhkan dana tunai.

e. Perum Pegadaian

Suatu lembaga keuangan yang dimiliki pemerintah untuk menyalurkan pinjaman dengan jaminan barang tertentu, dengan tingkat bunga yang relatif rendah dan dihitung per 2 mingguan. Anda bisa memilih produk pegadaian yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan usaha, seperti KCA (Kredit Cepat Aman), Krasida (Kredit Angsuran Sistem Gadaai), ataupun Kreasi (Kredit Angsuran Sistem Fiducial).

f. Koperasi

Koperasi yang menyalurkan pendanaan adalah Koperasi Kredit (Kopdit) ataupun KSP (Koperasi Simpan Pinjam). Umumnya persyaratan yang diperlukan adalah anda harus menjadi anggota dari koperasi tersebut. Dengan menjadi anggota dan melakukan simpanan, maka anda berhak untuk mendapatkan fasilitas kredit. Sebab pada umumnya, koperasi hanya melayani kredit bagi anggotanya saja.

g. Pinjaman BUMN

Dana yang digunakan sebagai pinjaman dari BUMN adalah dana kemitraan

yang sebagian berasal dari laba perusahaan yang disisihkan untuk pengusaha kecil. Program dana kemitraan ini disebut juga Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) BUMN. BUMN yang memiliki program kemitraan ini antara lain PT. Jamsostek, Pertamina, PT. Gas Negara, dan sebagainya.

h. Pinjaman Departemen

Pemerintah juga memberikan program kredit usaha kecil melalui beberapa departemen. Ada tiga departemen yang mempunyai fasilitas pembiayaan untuk UKM, yaitu Departemen Pertanian, Departemen Koperasi, dan Departemen Perindustrian. Khusus untuk usaha rumah makan, departemen yang memungkinkan untuk memberikan pinjaman adalah Departemen Koperasi.

3. Dana Gabungan Usaha (Joint)

Kalau memiliki teman atau kerabat yang berpotensi memiliki dana lebih dapat dinegosiasikan untuk ikut serta menjadi pemodal dalam jumlah besar ataupun sebagian kecil dari bisnis anda. Usahakan membuat perencanaan konsep yang matang lalu lakukan presentasi dan kemudian negosiasikan mengenai kebutuhan modal, jumlah, jangka waktu, dan pembagian hasil dari keuntungan usaha setiap bulannya. Jangan lupa untuk membuat daftar nama relasi yang potensial sebelumnya, untuk mendapatkan peluang pinjaman yang lebih besar.

Poin yang terpenting dan harus diingat adalah perhitungkan secara matang jumlah

modal yang dibutuhkan, dan kemudian pertimbangkan keuntungan dan kelemahan dalam memilih sumber pendanaan dari luar. Jangan canggung untuk mencari informasi sebanyak-banyaknya mengenai sumber pendanaan yang anda inginkan. Jangan sampai usaha anda baru berjalan tetapi sudah terbebani dengan tingkat bunga yang tinggi.

B. Pembiayaan Usaha

Dalam arti sempit, pembiayaan dipakai untuk mendefinisikan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan seperti bank kepada nasabah. Pembiayaan secara luas berarti *financing* atau pembelanjaan yaitu pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dikerjakan oleh orang lain. Pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank yaitu pemberian fasilitas dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan defisit unit.

Pembiayaan adalah suatu modal yang diperlukan untuk membuat suatu usaha. Pembiayaan sendiri merupakan hal yang paling vital dalam pembuatan usaha baru. Yang paling utama pembiayaan biasanya menggunakan uang modal, terkadang modal yang besar dibutuhkan untuk membuat suatu usaha baru. Namun tidak sedikit pula usaha yang membutuhkan modal kecil tapi menghasilkan keuntungan yang besar.

Prinsip-Prinsip Pemberian Pembiayaan

Dalam melakukan penilaian permohonan pembiayaan bank, bagian marketing harus memperhatikan beberapa prinsip utama yang berkaitan dengan kondisi secara keseluruhan calon

nasabah. Di dunia perbankan prinsip penilaian dikenal dengan 5 C, yaitu :

- 1) *Character*, yaitu penilaian terhadap karakter atau kepribadian calon penerima pembiayaan dengan tujuan untuk memperkirakan kemungkinan bahwa penerima pembiayaan dapat memenuhi kewajibannya.
- 2) *Capacity*, yaitu penilaian secara subyektif tentang kemampuan penerima pembiayaan untuk melakukan pembayaran. Kemampuan diukur dengan catatan prestasi penerima pembiayaan di masa lalu yang didukung dengan pengamatan di lapangan atas sarana usahanya seperti toko, karyawan, alat-alat, pabrik serta metode kegiatan.
- 3) *Capital*, yaitu penilaian terhadap kemampuan modal yang dimiliki oleh calon penerima pembiayaan yang diukur dengan posisi perusahaan secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh rasio finansial dan penekanan pada komposisi modalnya.
- 4) *Collateral*, yaitu jaminan yang dimiliki calon penerima pembiayaan. Penilaian ini bertujuan untuk lebih meyakinkan bahwa jika suatu resiko kegagalan pembayaran tercapai terjadi , maka jaminan dapat dipakai sebagai pengganti dari kewajiban.
- 5) *Condition*, bank syariah harus melihat kondisi ekonomi yang terjadi di masyarakat secara spesifik melihat adanya keterkaitan dengan jenis usaha yang dilakukan oleh calon penerima pembiayaan. Hal tersebut karena kondisi eksternal berperan besar dalam proses berjalannya usaha calon penerima pembiayaan.

Lembaga Pembiayaan

Lembaga Pembiayaan dapat dilakukan oleh :

- a) Bank
- b) Lembaga keuangan bukan bank
- c) Perusahaan pembiayaan
- d) Perusahaan pembiayaan berbentuk Perseroan Terbatas (PT)

Saham perusahaan pembiayaan yang berbentuk PT dapat dimiliki oleh :

- a) Warga Negara Indonesia dan atau Badan Hukum Indonesia
- b) Badan Usaha Asing dan Warga Negara Indonesia atau Badan Hukum Indonesia (usaha patungan).

C. Prosedur Memperoleh Modal

Bagaimanakah perusahaan memperoleh modal ? Para pengusaha memperoleh modal salah satunya yaitu melalui program pemerintah untuk pengusaha kecil dan menengah, yang dikenal dengan Kredit Investasi Kecil (KIK) dan Kredit Modal Kerja Permanen (KMKP). Kredit investasi maksudnya ialah kredit untuk membangun gedung-gedung, pabrik beserta perlengkapannya, sedangkan kredit modal lancar bertujuan untuk memperlancar kegiatan perusahaan terutama untuk modal kerjanya.

Maksud pemerintah menyediakan kredit ini adalah :

- a. Membantu pengusaha kecil dan pedagang kecil dalam bidang permodalan dengan persyaratan lunak dan bunga rendah.
- b. Medorong meningkatkan usaha-usaha di bidang industri, rehabilitasi, perluasan produksi barang, jasa, dan hiburan.

- c. Mendorong timbulnya kegiatan pengusaha-pengusaha kecil sehingga dapat menyerap tenaga kerja baru.
- d. Membantu kegiatan-kegiatan pedagang kecil (KCK).

Berikut ini penjelasan mengenai KIK, KMKP, dan KCK :

a) KIK (Kredit Investasi Kecil)

1. Maksimum Rp 5. juta per nasabah.
2. Bunga kredit 12 % per tahun.
3. Jangka waktu kredit paling lama 5 tahun termasuk masa tenggang waktu yang diperlukan.
4. Kewajiban pembiayaan sendiri dari pemohon tidak mutlak ditetapkan, melainkan menurut kemampuan saat itu.
5. Sektor ekonomi yang dapat didanai Kredit Investasi antara lain : unit produksi, rehabilitasi, dan perluasan yang menghasilkan barang dan jasa, kecuali jasa hiburan.
6. Jaminan kredit dari nasabah ditetapkan sebagai berikut :
 - Jaminan pokok berupa proyek yang dibiayai oleh kredit tersebut.
 - Jika nilai jaminan secara fisik tidak mencukupi, maka nasabah harus menyediakan jaminan tambahan dari kekayaan milik pribadi nasabah atau pihak ketiga sehingga jumlah nilai berjumlah minimal 100 % dari jumlah kredit.
7. Untuk memperkuat jaminan pembayaran kembali kredit tersebut, maka bank

mengadakan perjanjian pertanggungan dengan PT. ASKRINDO.

b) KMKP (Kredit Modal Kerja Permanen)

1. Kredit ini adalah kredit modal yang terus menerus diperlukan untuk kelancaran usaha.
2. KMKP dapat diberikan untuk semua usaha terutama unit produksi yang melakukan usaha rehabilitasi dan perluasan yang menghasilkan barang dan jasa kecuali jasa hiburan.
3. Jumlah kredit Rp. 5 juta.
4. Bunga kredit 15 % per tahun.
5. Jangka waktu kredit maksimal 3 tahun
6. Cara bank memberikan kredit sebagaimana biasa pada pemberian kredit modal kerja.

c) KIK dan KMKP diberikan kepada :

1. Golongan pengusaha kecil, yang terdiri dari pribumi yang mengelola usaha.
2. Perputaran usahanya relatif kecil.
3. Bantuan maksimal R. 5 juta.
4. Tidak memiliki kekayaan netto lebih dari Rp. 20 juta baik barang bergerak atau tidak bergerak setelah dikurangi hutang.
5. Untuk suatu jenis kegiatan pengusaha tidak memiliki kekayaan netto (kekayaan lancar - hutang lancar = kurang dari 10 juta rupiah).
6. Membutuhkan uang Rp. 5 juta untuk setiap perputaran usaha

d) Bidang usaha yang dapat diberi KIK dan KMKP :

Beberapa bidang usaha yang dapat diberikan KIK dan KMKP dan beberapa persyaratan atau prosedur untuk mengajukan permohonan kredit sebagai berikut :

1. Usaha Industri

Keterangan dan data yang diperlukan untuk mengajukan permohonan adalah sebagai berikut :

- a. Fasilitas usaha yang sudah dimiliki saat ini dapat berupa macam, jenis, model, merek, kondisi, kapasitas dari alat yang sudah dimiliki. Fasilitas tersebut antara lain tanah, pabrik, peralatan kantor, dan alat transport.
- b. Realisasi produk saat ini.
- c. Bagaimana proses pembuatan barang, sampai ke pemasaran.
- d. Rencana kebutuhan bahan baku dan jumlah produksi yang akan dihasilkan.
- e. Jumlah tenaga kerja yang ada, mutu tenaga, dan kontinuitas atau kemungkinan lamanya tenaga itu bekerja di pabrik.

2. Usaha Perdagangan

Untuk memperoleh kredit diperlukan penjelasan tentang :

- a. Fasilitas yang sudah dimiliki saat ini seperti tanah, bangunan, toko, kios, bangunan kantor, gudang, peralatan, alat transpor, model, tipe, kapasitas, dan sebagainya.
- b. Jumlah pembelian tiap bula.
- c. Rencana pembelian yang akan datang, jenis tambahan barang.

- d. Jumlah tenaga kerja yang ada, mutu pendidikannya, kemungkinan lama tidaknya ia bekerja di tempat tersebut.

3. Usaha Pertanian

- a. Fasilitas yang ada saat ini dalam usaha pertanian termasuk usaha peternakan, perikanan, perkebunan. Fasilitas yang dimaksud adalah sawah, ladang, ternak, padang penggembalaan, kapal penangkap ikan, tambak, kolam, kebun, tanaman, alat, model, merek, kapasitas.
- b. Realisasi produksi saat ini.
- c. Penjelasan tentang proses pengolahan tanah, penyebaran bibit, pemeliharaan sampai panen, lamanya waktu sampai dipasarkan, dan rencana produksi yang akan datang.
- d. Jumlah tenaga kerja, mutu, dan kesinambungan.

D. FINANSIAL

1. Nilai waktu dari uang

Telah kita ketahui bahwa sebelum memikirkan usaha apa yang akan dijalankan, perlu dikaji kelayakan dari usaha tersebut. Salah satu pengkajian yang dilakukan adalah dari sisi finansial, bagaimana penggunaan arus kas sebagai model. Langkah berikutnya adalah menganalisis arus kas tersebut dengan memakai metode dan kriteria yang telah dipakai secara luas untuk memilah-milah mana yang

dapat diterima dan mana yang ditolak. Kriteria tersebut banyak berhubungan dengan disiplin ilmu engineering ekonomi, yang di antaranya adalah konsep ekuivalen (*equivalent*), yaitu pengaruh waktu terhadap nilai uang.

Metode atau teknik analisis serta kriteria seleksi (*ranking*) dari berbagai macam variasi di atas memerlukan pembahasan yang intensif dan berada di luar lingkup buku ini. Meskipun demikian, masalah pokok serta latar belakang yang mendasarinya harus dipahami oleh wirausaha. Masalah tersebut akan disajikan pada bagian berikut ini, dimulai dengan membahas beberapa perhitungan dasar mengenai pengaruh waktu terhadap nilai uang, dilanjutkan dengan kriteria seleksi, termasuk contoh-contoh aplikasinya yang sering dijumpai dalam praktik.

Pengertian bahwa satu rupiah saat ini akan bernilai tinggi di waktu yang akan datang merupakan konsep dasar dalam membuat keputusan investasi. Pada umumnya masalah finansial atau arus kas invest mencakup periode waktu yang cukup lama, misalnya bertahun-tahun sehingga perlu diperhitungkan pengaruh waktu terhadap nilai uang. dirumuskan sebagai bunga (*interest*) atau tingkat pengembalian (*rate return*).

A. Nilai yang Akan Datang (*Future Value*)

Hubungan antara nilai uang yang akan datang (*future value - F*) terhadap nilai sekarang (*present value - P*) dituliskan dengan rumus:

$$Fi = P(1 + i)^n.$$

Gambar 2-1.
di mana,

F_i = Nilai uang yang akan datang pada tahun ke i

P = Nilai sekarang.

i = Bunga (*interest*), yang dinyatakan dalam pecahan desimal.

Arti dari rumus di atas adalah jumlah dana yang terkumpul pada kurun waktu tertentu sama dengan nilai sekarang (P) dan pokok tambah bunganya.

1. Bunga Sederhana dan Bunga Majemuk

Dikenal dua jenis bunga, yaitu bunga sederhana (*simple interest*) dan bunga berbunga atau bunga majemuk (*compound interest*). Bunga sederhana adalah bunga yang dihitung secara linier dan tidak ditambahkan ke dana pokok untuk menghitung perolehan berikutnya. Sedang untuk bunga majemuk, perhitungan besarnya dana pokok periode sebelumnya ditambah jumlah bunga yang diperoleh sampai pada waktu itu. Dengan menggunakan model 2-1, perhitungan bunga majemuk menjadi sebagai berikut.

$$F_i = P(1 + i)^n.$$

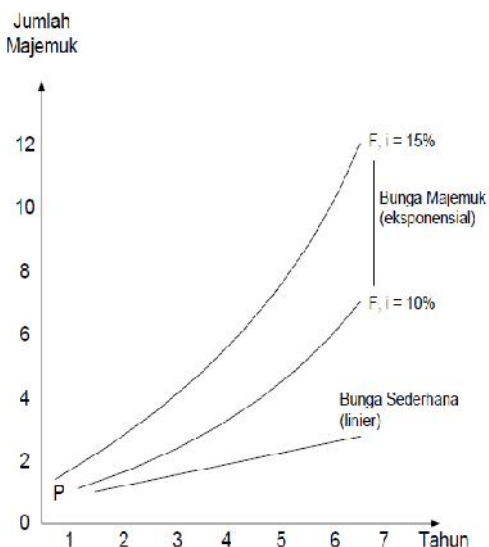
dengan menggunakan table bunga (simbol) model 2.1 menjadi:

$$F_i = P \left(\frac{F}{P, i, n} \right)$$

2. Grafik Bunga Sederhana dan Majemuk

Grafik yang memperlihatkan dua jenis bunga tampak seperti pada gambar

2.1. Dengan i yang sama, grafik bunga majemuk menunjukkan kenaikan yang tajam (melengkung ke atas), sedangkan bunga linier merupakan garis lurus miring. Model 2.1 berbentuk pangkat, yang berarti kenaikan jumlah yang terkumpul akan lebih tajam (cepat) untuk bunga yang lebih tinggi.



Gambar 2.1 Nilai yang Akan Datang dari Bunga Sederhana dan Majemuk

Perhitungan di atas didasarkan atas asumsi adanya reinvestasi (*reinvestment*) yang terus menerus dari semua bunga yang dihasilkan selama periode investasi.

Contoh Soal :

Uang sejumlah Rp 10.000 dimasukkan ke tabungan bank dengan bunga 5% per tahun. Hitunglah jumlah

dana yang terkumpul setelah 6 tahun untuk bunga sederhana dan bunga majemuk.

Jawaban

a. Bunga sederhana:

Bunga dalam 6 tahun = $(6)(0,05)(Rp\ 10.000) = Rp\ 3.000$
 Total bunga dan pokok = $Rp\ 10.000 + Rp\ 3.000 = Rp.$

13.000

b. Bunga majemuk:

$$F_i = P(1 + i)^n$$

$$F_6 = 10.000(1 + 0,05)^6$$

$$F_6 = 10.000(1,34)$$

$$F_6 = 13.400$$

B. Nilai yang Akan Datang dari Anuitas

Sebelumnya telah dibahas nilai yang akan datang (F) dari suatu jumlah *lump-sum* saat ini (PV). Bentuk lain yang sering terjadi pada evaluasi investasi (investasi) adalah serangkaian pemasukan atau pengeluaran yang berulang-ulang yang dikenal sebagai anuitas. Jadi, *anuitas* adalah arus kas yang terjadi berulang-ulang dengan jumlah dan interval yang sama. Untuk menghitung jumlahnya dipakai rumus berikut.

$$F_i = A \left[\frac{(1+i)^n - 1}{i} \right] \quad (2.3)$$

dengan menggunakan tabel bunga (simbol) model 2.3 menjadi:

$$F_i = A \left(\frac{F}{A, i, n} \right) \quad (2.4)$$

di mana,

F_i = Nilai yang akan datang dari pembayaran periodik (anuitas) tahun ke i

A = Pembayaran periodik.

i = Bunga.

n = Tahun.

Contoh Soal

Sejumlah Rp 700.000 setiap akhir tahun ditabung di bank selama 10 tahun. Penabung menerima bunga 6%. Hitunglah jumlah keseluruhan setelah masa tersebut.

Jawaban:

Dengan menggunakan tabel bunga untuk bunga 6%, $n = 10$, dan simbol $(F/A, i, n)$ diperoleh faktor anuitas 13,180, sehingga jumlah ke seluruhan setelah 10 tahun adalah $(Rp\ 700.000) \times (13,180) = Rp\ 9,1\ juta$

C. Nilai Sekarang (Present Value)

Di atas telah disinggung hubungan antara nilai uang yang akan datang terhadap nilai sekarang. Sebagai kelanjutan dari pembahasan bunga majemuk, berikut ini akan ditinjau hal yang sebaliknya, yaitu berapa besar nilai sekarang bila diketahui jumlahnya (*lump-sum*) di masa yang akan datang. Rumus untuk maksud tersebut dijabarkan dalam model 2.5:

$$P = \frac{F_i}{(1+i)^n} \quad (2.5)$$

dengan menggunakan table bunga (simbol) model 2.5 menjadi:

$$P = F_i \left(\frac{P}{F, i, n} \right) \quad (2.6)$$

Contoh Soal

Suatu perusahaan merencanakan arus pendapatan untuk 3 tahun yang akan datang Rp 9 juta. Arus pengembalian yang diinginkan adalah 12%. Hitunglah nilai sekarang dari pendapatan tersebut.

Jawaban

Dengan menggunakan tabel bunga dengan simbol $(P/F, i, n)$ akan diperoleh nilai sekarang dari pendapatan tersebut adalah

$$P = F_i \left(\frac{P}{F, i, n} \right)$$

$$P = 9.000.000 (0,7118)$$

$$P = 6.406.000$$

Jadi, nilai sekarang dari pendapatan tersebut adalah
Rp 6,406 juta

D. Nilai Sekarang Anuitas

Suatu dana yang terkumpul dengan jumlah yang sama dari tahun ke tahun, misalnya hasil tabungan, yang dihitung pada akhir tahun yang bersangkutan adalah:

$$P = A \left[\frac{(1+i)^n - 1}{i(1+i)^n} \right] \quad (2.7)$$

dengan menggunakan table bunga (simbol) model 2.7
menjadi:

$$P = A(P/A, i, n) \quad (2.8)$$

Contoh Soal

Suatu perusahaan ingin mendapatkan Rp 4 juta per tahun untuk 6 tahun berturut-turut. Hitunglah nilai sekarang bila bunga adalah 16,0 %.

Jawaban

Dengan menggunakan tabel di bunga dengan simbol $(P/A, i, n)$ akan diperoleh:

$$P = A(P/A, i, n)$$

$$P = 4.000.000(3,684)$$

$$P = 14.736.000$$

E. Capital Recovery

Di bidang finansial seringkali diperlukan perhitungan mengenai pembayaran kembali atau cicilan periodik atas suatu utang. Ini dikenal sebagai *capital recovery*. Rumus yang dipakai adalah:

$$A = P \left[\frac{(1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \right] \quad (2.9)$$

dengan menggunakan table bunga (simbol) model 2.7 menjadi:

$$A = P(A/P, i, n) \quad (2.10)$$

Contoh :

Suatu perusahaan ingin memperluas usahanya dengan meminjam modal sebesar Rp 250 juta dengan bunga 12% per tahun. Pengembalian akan dilakukan setiap tahun dengan jumlah yang sama selama 10 tahun. Hitunglah jumlah pengembalian per tahun.

Jawaban :

Dengan menggunakan tabel bunga dengan simbol $(A/P, i, n)$ untuk $i = 12$ dan $n = 10$ diperoleh faktor 0,1770. Jadi, jumlah pengembalian per tahun adalah Rp 250 juta \times (0,1770) = Rp 44,25 juta.

F. Bunga Nominal Efektif

Dilihat dari intervalnya dikenal 2 jenis bunga majemuk, yaitu diskrit (*discrete*) dan kontinu. Diskrit bila besarnya kurun waktu berada dalam interval tertentu, seperti tahunan, bulanan, kuartalan, dan lain-lain.

Sedangkan kontinu, intervalnya mendekati tak terhingga kecil. Meskipun demikian, keduanya selalu dinyatakan dalam bunga tahunan atau nominal. Hubungan antara bunga nominal (i) dan bunga efektif (r) adalah sebagai berikut:

$$i = \left(1 + \frac{r}{m}\right)^m - 1 \quad (2.11)$$

di mana,

i = Bunga efektif.

r = Bunga nominal atau bunga tahunan (*annual rate*).

m = Frekuensi kemajemukan per tahun.

2. Kriteria Seleksi

Dalam melakukan penilaian atas usulan usaha (investasi) dan pengambilan keputusan, hendaknya diperhatikan variasi sifat dan jenis usaha yang memerlukan pendekatan berbeda-beda, yang pada garis besarnya dapat digolongkan menjadi berikut:

1. Sifat Hubungan Antar Usaha (Investasi)

Usaha yang Berdiri Sendiri (Tunggal)

Investasi ini dianggap sebagai Investasi tunggal karena keberadaannya tidak tergantung (*independent*) oleh adanya Investasi lain, yaitu masing-masing mempunyai kesempatan yang sama. Bila ingin mendapatkan alternatif terbaik, Investasi-investasi semacam ini hendaknya dikaji dalam waktu yang bersamaan.

Usaha (Investasi) yang Saling Meniadakan (Mutually Exclusive)

Bila kelayakan investasi yang sedang dianalisis lebih dari satu atau multi investasi, maka interrelasi di antaranya perlu diidentifikasi lebih jauh. Hal ini karena ada kemungkinan bahwa investasi-investasi tersebut bersifat saling meniadakan atau disebut juga *mutually exclusive Invest*, yaitu memilih yang satu dengan mengesampingkan yang lain. Misalnya, memilih antara membuka usaha Restoran atau supermarket.

2. Jenis Usaha (Investasi) Dilihat dari Tersedianya

Dana

Dana Tidak Terbatas

Di sini asumsi yang digunakan adalah bahwa perusahaan memiliki dana yang tidak terbatas. Dalam hal ini penilaian tidak banyak

mengalami kesulitan, di mana usulan yang menjanjikan keuntungan terbaik akan diterima.

Dana Terbatas

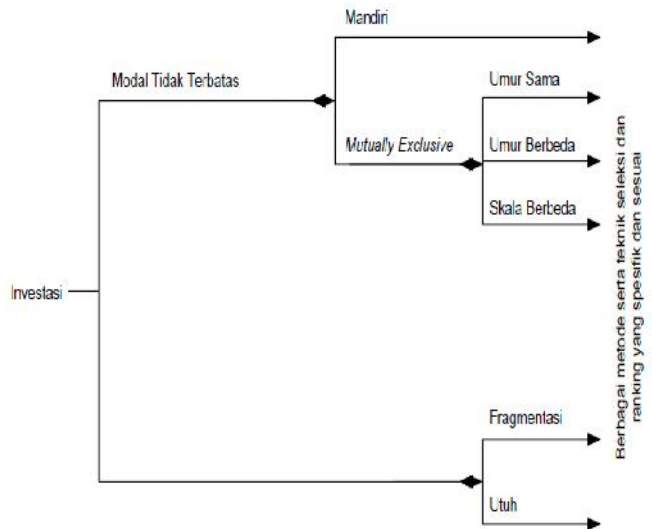
Jika dana terbatas, maka perusahaan perlu mengatur penggunaan modal yang tersedia atau yang disebut sebagai penjatahan modal (*capital rationing*), yaitu pendekatan yang digunakan harus dapat memilih usulan investasi-investasi yang saling bersaing.

3. Ukuran Usaha (Investasi)

Ini berkaitan dengan penentuan *ranking* Investasi-investasi dengan ukuran yang relatif jauh berbeda.

4. Umur Usaha (Investasi)

Di sini dibedakan antara Investasi yang memiliki umur relatif pendek dengan Investasi yang berumur panjang. Gambar 2.2 memperlihatkan penggolongan tersebut secara lebih jelas.



Gambar 2.2 Variasi Jenis Investasi yang Memerlukan Bermacam-Macam Pendekatan dalam Proses Seleksi atau Ranking

A. Seleksi dan Ranking

Proses pengambilan keputusan atas suatu investasi acapkali menghadapi persoalan seleksi dan/atau *ranking*. Seleksi di sini diartikan sebagai segala sesuatu yang berkaitan dengan menerima atau menolak usulan investasi. Sedangkan *ranking* berusaha mengidentifikasi urutan usulan usaha (investasi) berdasarkan derajat "menarik"nya usulan tersebut dilihat dari segi finansial atau ekonomi. *Ranking* amat diperlukan bila perusahaan /wirausaha sedang menghadapi keterbatasan dana atau menghadapi investasi yang bersifat saling meniadakan.

B. Kriteria Seleksi Investasi yang Mandiri

Kriteria seleksi yang telah lazim dipraktekkan dalam investasi jenis ini adalah:

1. kriteria yang tidak memperhitungkan nilai waktu dari uang.

- a. Periode Pengembalian (*payback period*).
- b. Pengembalian atas Investasi (*Return on Investment - ROI*)

2. Kriteria yang memperhitungkan nilai waktu dari uang.

- a. Perhitungan nilai sekarang bersih (*Net Present Value - NPV*)
- b. *Internal Rate of Return (IRR)*
- c. Indeks profitabilitas.
- d. *Benefit-Cost Ratio*.
- e. *Annual Capital Charge*.

Periode Pengembalian

Periode Pengembalian (*Payback Period*) adalah jangka waktu yang diperlukan untuk mengembalikan modal suatu investasi, yang dihitung dari arus kas bersih. Arus kas bersih adalah selisih antara pendapatan (*revenue*) dan pengeluaran (*expenses*) per tahun. Periode pengembalian biasanya dinyatakan dalam jangka waktu per tahun.

A. Arus Kas Tahunan dengan Jumlah Tetap

Dalam hal ini selisih antara pendapatan dan pengeluaran per tahun atau arus kas bersih dari tahun ke tahun adalah tetap. Rumus yang digunakan untuk menghitung periode pengembalian adalah sebagai berikut.

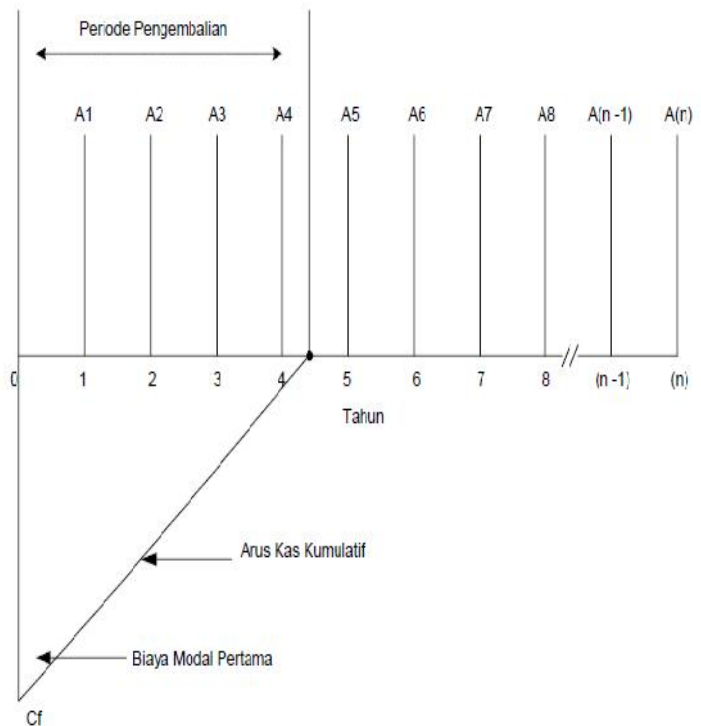
$$\text{Periode pengembalian} = C_f / A \quad (2.12)$$

di mana,

C_f = Biaya pertama.

A = Arus kas bersih per tahun.

Bila dibuat dalam bentuk grafik akan terlihat seperti pada Gambar 2.3. Karena arus kas bersih per tahun berjumlah sama, maka arus kas kumulatif akan merupakan garis lurus. Titik potong garis arus kas kumulatif tersebut dengan garis waktu (tahun) menunjukkan periode pengembalian.



Gambar 2.3 Periode Pengembalian dengan Arus Kas yang S

Contoh

Suatu perusahaan sedang mengkaji periode pengembalian atas suatu rencana investasi dengan biaya pertama Rp 30 juta. Diharapkan arus kas bersih per tahun adalah Rp 6 juta selama umur investasi. Hitunglah periode pengembalian. **Jawaban**
 Dengan menggunakan Rumus 2.12, maka periode pengembalian sama dengan $(\text{Rp } 30 \text{ juta}) : (\text{Rp } 6 \text{ juta}) = 5 \text{ tahun}$.

B. Arus Kas Tahunan dengan Jumlah Tidak Tetap

Bila arus kas setiap tahun berubah-ubah, maka garis kumulatif arus kas akan menjadi tidak lurus. Dalam hal ini digunakan rumus:
 Periode pengembalian

$$\text{Periode pengembalian} = (n - 1) + \left[\frac{Cf + \sum_1^{n-1} An}{An} \right] \quad (2.13)$$

di mana,

Cf = Biaya pertama.

An = Arus kas pada tahun n .

n = Tahun pengembalian ditambah 1.

Suatu investasi penanaman modal mengikuti arus kas bersih sebagai berikut :

Akhir Ke-	Tahun	Arus Kas	
		Bersih (Rp)	Bersih Kum (Rp)
	0	- 15.000	
	1	+ 2.000	
	2	+ 4.000	
	3	+ 4.500	
	4	+ 3.500	
	5	+ 2.000	

Pada tahun ke berapa terjadi periode pengembalian?

Jawaban

Dari data arus kas bersih di atas terlihat bahwa periode pengembalian terjadi pada tahun ke-5. Jadi, $n = 5$; $A_n = \text{Rp } 2.000$. Dengan menggunakan Model 2.13 didapat:

$$\begin{aligned}\sum_1^{n-1} A_n &= 2.000 + 4.000 + 4.500 + 3.500 \\ &= \text{Rp } 14.000\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Periode pengembalian} &= 4 + \left[\frac{15.000 - 14.000}{2.000} \right] \\ &= 4,5 \text{ tahun}\end{aligned}$$

C. Keuntungan dan Keterbatasannya

Dalam menganalisis periode pengembalian kita dapat juga memasukkan faktor-faktor, seperti modal kerja, depresiasi, dan/atau pajak. Hal ini akan menghasilkan angka yang lebih realistis, tetapi banyak pihak yang berpendapat bahwa langkah demikian akan mengurangi kesederhanaan dan kemudahan periode sebagai alat analisis pendahuluan. Metode ini masih digunakan secara luas karena mempunyai beberapa keuntungan sebagai berikut:

- a. Sederhana, menghitungnya tidak sulit, dan memberikan pengertian yang mudah tentang waktu pengembalian modal (*capital recovery*).
- b. Bagi investasi yang memiliki risiko yang semakin lama semakin tinggi, atau perusahaan yang peka terhadap masalah likuiditas pada awal investasi, maka dengan mengetahui kapan akan diperoleh pengembalian modal, akan amat membantu untuk memutuskan disetujui tidaknya investasi tersebut. Jadi, berlaku seperti indeks risiko bagi investor.
- c. Investasi yang menghasilkan produk dengan model yang relatif cepat berubah atau usang, perlu diketahui kapan periode pengembalian akan dicapai.

Adapun keterbatasannya adalah:

- a. Tidak memberikan gambaran bagaimana situasi arus kas sesudah periode pengembalian selesai.
- b. Tidak mempertimbangkan nilai waktu dari uang yang berarti tidak mengikuti prinsip dasar analisis aspek ekonomi-finansial dalam meng-kaji kelayakan suatu usaha (investasi).
- c. Tidak memberikan indikasi profitabilitas dari unit usaha hasil investasi.

Meskipun mempunyai banyak kelemahan, namun dalam kenyataannya periode pengembalian masih digunakan secara luas, terutama karena perhitungannya yang mudah dan cepat untuk menggali informasi perihal risiko yang ingin segera diketahui oleh sebagian besar pengusaha. Untuk memperbaiki beberapa kelemahan di atas dilakukan modifikasi dengan memasukkan unsur biaya modal. Kriteria ini memberikan indikasi atau petunjuk bahwa

investasi dengan periode pengembalian lebih cepat akan lebih disukai. Dalam memakai kriteria ini, perusahaan yang bersangkutan perlu menentukan batasan maksimum waktu pengembalian. Di sini waktu yang telah lewat tidak akan dipertimbangkan.

Return On Investment (ROI)

Pengembalian atas investasi (*return on investment-ROI*) adalah perbandingan antara pemasukan (*income*) per tahun terhadap dana investasi yang memberikan indikasi profitabilitas suatu investasi. Rumusnya adalah;

$$ROI = \frac{\text{Pemasukan}}{\text{Investasi}} \times 100\% \quad (2.14)$$

Karena investasi dapat dinyatakan dalam berbagai bentuk seperti biaya pertama, investasi rata-rata, dan lain-lain, maka perhitungan pemasukan dapat juga memasukkan faktor-faktor depresiasi, pajak, bunga, dan lain-lain. Oleh karena itu, akan dihasilkan banyak sekali variasi ROI, di antaranya adalah sebagai berikut:

$$\text{a. } ROI = \frac{\text{Pemasukan bersih sebelum pajak}}{\text{biaya pertama}} \times 100\% \quad (2.15)$$

$$\text{b. } ROI = \frac{\text{Pemasukan bersih sebelum pajak}}{\text{rata-rata investasi}} \times 100\% \quad (2.16)$$

$$\text{c. } ROI = \frac{\text{Pemasukan bersih sesudah pajak}}{\text{rata-rata Investasi}} \times 100\% \quad (2.17)$$

Semakin besar ROI, semakin disukai oleh calon investor. Seperti halnya dengan periode pengembalian, pemakai kriteria ini harus menentukan terlebih dahulu berapa besar angka ROI sebagai patokan. Bila ROI

yang ditawarkan kurang dari angka tersebut, akan usulan investasi tidak akan disetujui

Contoh soal

Suatu usaha memerlukan biaya pertama sebesar Rp 26 juta dengan perkiraan nilai sisa Rp 6 juta pada akhir tahun ke-4. Adapun investasi pemasukan bersih sebelum pajak setiap tahun adalah sebagai berikut.

Tahun Ke-	Pemasukan Bersih (Rp Juta)
1	3,0
2	4,0
3	5,5
4	3,0

Hitunglah ROI dengan menggunakan ketiga rumus ROI di atas.

Jawaban

Pertama-tama hitunglah pemasukan bersih rata-rata per tahun sebelum pajak, yaitu $(1/4)(3,0 + 4,0 + 5,5 + 3,0) = 3,875$, kemudian

$$a. \text{ ROI} = \frac{\text{Pemasukan bersih sebelum pajak}}{\text{biaya petama}} \times 100\%$$

$$\text{ROI} = \frac{3,875}{26} = 14,9\%$$

$$b. \text{ ROI} = \frac{\text{Pemasukan bersih sebelum pajak}}{\text{Rata-rata Investasi}} \times 100\%$$

$$\text{ROI} = \frac{3,825}{\frac{26+6}{2}} = 24,2\%$$

- c. Jika tarif pajak adalah 30%, maka ROI setelah pajak akan menjadi:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Pemasukan bersih sesudah pajak}}{\frac{\text{Rata-Rata Investasi}}{\frac{3875 - (3,875 \times 0,3)}{\frac{(26+6)}{2}}}} \times 100\%$$

$$\text{ROI} = \frac{3875 - (3,875 \times 0,3)}{\frac{(26+6)}{2}} = 16,9\%$$

Keuntungan dan Keterbatasannya

Sampai saat ini ROI masih sering digunakan terutama karena hal-hal berikut

- a. Mudah dipahami dan tidak sulit menghitungnya.
- b. Tidak seperti periode pengembalian, lingkup pengkajian kriteria ini menjangkau seluruh umur investasi, sehingga wawasannya lebih luas.

Keterbatasannya terutama disebabkan oleh hal-hal sebagai berikut.

- a. Terdapat berbagai variasi cara menghitung ROI, sehingga sering sulit menentukan besar angka ROI yang akan dipakai sebagai patokan menerima atau menolak usulan investasi.
- b. Tidak menunjukkan profil laba terhadap waktu. Hal ini dapat menyebabkan keputusan yang kurang tepat. Misalkan ada dua rencana investasi di mana yang satu memiliki pemasukan (laba) yang lebih besar di tahun-tahun awal, sehingga lebih disukai, tetapi mungkin mempunyai angka ROI yang sama besar.
- c. Tidak mempertimbangkan nilai waktu dari uang.

Seperti halnya periode pengembalian, kriteria ini disarankan sebagai tambahan atau pelengkap (suplemen) dari kriteria yang lain.

Nilai Sekarang Bersih (NPV)

Kriteria nilai sekarang bersih (*net present value-NPV*) didasarkan atas konsep pendiskontoan seluruh arus kas ke nilai sekarang. Dengan mendiskontokan semua arus kas masuk dan keluar selama umur usaha (investasi) ke nilai sekarang, kemudian menghitung angka bersihnya, akan diketahui selisihnya dengan memakai dasar yang sama, yaitu harga (pasar) saat ini. Berarti sekaligus dua hal telah diperhatikan, yaitu faktor nilai waktu dari uang dan (selisih) besar arus kas masuk dan keluar. Hal ini amat membantu pengambil keputusan untuk menentukan pilihan. NPV menunjukkan jumlah *lump-sum* yang dengan arus diskonto tertentu memberikan angka seberapa besar nilai usaha (Rp) tersebut pada saat ini.

Adapun arus kas investasi (investasi) yang akan dikaji meliputi keseluruhan, yaitu biaya pertama, operasi, produksi, pemeliharaan, dan lain-lain pengeluaran. Bila ditulis dengan rumus akan menjadi:

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{(C)t}{(1+i)^t} - \sum_{t=0}^n \frac{(Co)t}{(1+i)^t} \quad (2.18)$$

di mana,

NPV = Nilai sekarang bersih.

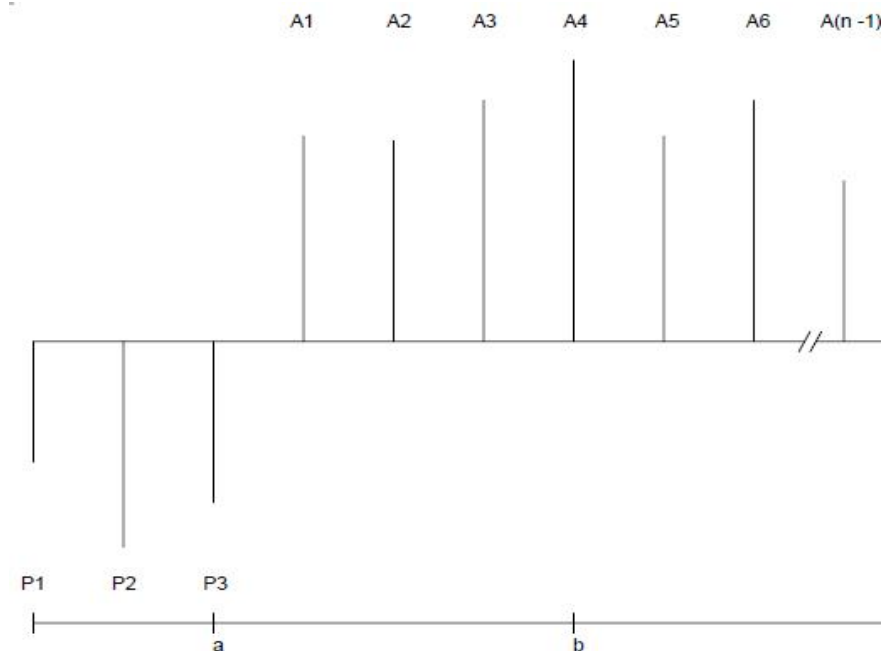
(C)t = Arus kas masuk tahun ke-t

(Co)t = Arus kas keluar tahun ke-t

n = Umur unit usaha hasil investasi.

i = Arus pengembalian (*rate of return*).

t = Waktu.



Keterangan:

A = Arus Kas Masuk = Pendapatan dikurangi biaya operasi produksi

P = Arus Kas Keluar = Biaya Investasi termasuk modal kerja

a = Siklus proyek

b = Masa oprasi produksi

An = Arus kas masuk termasuk depresiasi

Gambar 2.4 Arus Kas Keluar dan Masuk Selama Umur Investasi /Investasi

A. Biaya Pertama dan Pengeluaran Tahunan

Untuk investasi yang tidak terlalu besar dan relatif singkat, biaya pertama umumnya diperlakukan sebagai *single sum* yang terjadi pada tahun 0. Namun, untuk investasi besar dengan periode yang lebih lama diperlakukan secara lebih teliti, yaitu diperhitungkan sebagai *single sum* seri. Biaya pembebasan (pembelian) tanah dan modal kerja seringkali dimasukkan sebagai biaya pertama.

Adapun pengeluaran tahunan, seperti biaya operasi, produksi, pemeliharaan, dan lain-lain, jumlahnya dikurangkan dari pendapatan kemudian diperhitungkan sebagai *single sum* dan didiskontokan ke saat ini. Nilai sisa, bila ada, diperhitungkan pada akhir investasi dengan mendiskontokannya ke nilai sekarang. Bila disajikan dengan gambar akan terlihat seperti pada Gambar 2.4. Hal lainnya yang perlu diperhatikan adalah konsep NPV didasarkan atas asumsi bahwa arus kas investasi yang terbentuk direinvestasi dengan arus pengembalian (*i*) yang besarnya sama dengan biaya modal perusahaan bersangkutan.

B. Arus Pengembalian

Keputusan yang sulit dalam penggunaan kriteria ini adalah menentukan besarnya angka arus pengembalian (*i*) atau *hurdle rate*. Arus pengembalian ini dikenal juga sebagai *cut-off rate* atau *opportunity cost* suatu usaha. Dengan ungkapan yang sederhana, dapat dikatakan bahwa besarnya angka (*i*) adalah sembarang angka yang menurut pertimbangan investor merupakan angka pengembalian (tingkat keuntungan) minimal yang masih menarik.

C. Indikasi

Mengkaji usulan investasi dengan NPV akan memberikan petunjuk (indikasi) sebagai berikut.

- NPV = Positif, maka usulan investasi dapat diterima. Semakin tinggi angka
- NPV, akan semakin baik.
- NPV = Negatif, usulan investasi ditolak.
- NPV = 0 berarti netral.

Umumnya grafik NPV akan berbentuk lengkung.

D. Kelebihan Metode NPV

Berikut adalah beberapa kelebihan NPV, yaitu:

- Memasukkan faktor nilai waktu dari uang.
- Mempertimbangkan semua arus kas investasi.

- o Mengukur besaran absolut dan bukan relative, sehingga mudah mengikuti kontribusinya terhadap usaha meningkatkan kekayaan perusahaan atau pemegang saham.

Contoh soal

Hitunglah NPV dari investasi yang memerlukan arus kas keluar sebesar Rp. 20 juta. investasi ini diharapkan dapat menghasilkan berturut-turut Rp. 9 juta, Rp. 8 juta, Rp. 8 juta, Rp. 6 juta, dan Rp. 4 juta dalam jangka waktu 5 tahun. Ditentukan pengembalian adalah 15% dan pada akhir tahu ke-5 tidak ada nilai sisa.

Jawaban

Dengan menggunakan table bunga diperoleh:

Waktu	Arus Kas	Faktor Diskonto ($i = 15\%$)	PV
0	-20,0	1,000	
1	9,0	0,870	
2	8,0	0,756	
3	8,0	0,660	
4	6,0	0,570	
5	4,0	0,450	
NPV (Jumlah Pendapatan-Pengeluaran)			

Dari hasil perhitungan didapat investasi tersebut mempunyai NPV sebesar Rp. 4,56 juta dengan tingkat bunga 15%

Tingkat Pengembalian Internal

Seringkali diperlukan suatu analisis untuk menjelaskan apakah rencana investasi cukup menarik bila dilihat dari segi tingkat pengembalian yang telah ditentukan. Di sini prosedur yang lazim dipakai adalah mengkaji tingkat

pengembalian internal (*Internal Rate of Return - IRR*), yaitu tingkat pengembalian yang menghasilkan NPV arus kas masuk sama dengan NPV arus kas keluar. Pada metode NPV analisis dilakukan dengan menentukan terlebih dahulu besar pengembalian (diskonto) (*i*), kemudian dihitung nilai sekarang bersih (NPV) dari arus kas keluar dan masuk. Untuk IRR ditentukan dulu NPV = 0, kemudian dicari berapa besar tingkat pengembalian (diskonto) (*i*) agar hal tersebut terjadi. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$\sum_{t=0}^n \frac{(C)t}{(1+i)^t} = \sum_{t=0}^n \frac{(Co)t}{(1+i)^t} \quad (2,19)$$

Dimana

(C)t = Arus kas masuk tahun ke-t

(Co)t = Arus kas keluar tahun ke-t

n = Umur unit usaha (investasi)

i = Arus pengembalian (*tingkat suku bunga*).

t = Waktu.

Karena arus kas keluar investasi umumnya merupakan biaya pertama (*Cf*), maka persamaan di atas dapat disederhanakan menjadi:

$$\sum_{t=0}^n \frac{(C)t}{(1+i)^t} = Cf \quad (2,20)$$

A. Indikasi

Menganalisis usulan investasi dengan IRR memberi kita petunjuk sebagai berikut

- a. $IRR > \text{tingkat pengembalian } (i) \text{ yang diinginkan (required rate of return - KKR)}$, investasi diterima.
- b. $IRR < \text{tingkat pengembalian } (i) \text{ yang diinginkan (required rate of return - KKR)}$, investasi ditolak.

Contoh soal

Suatu usulan investasi/investasi memerlukan biaya pertama sebesar Rp 6 juta. investasi tersebut diharapkan menghasilkan arus kas masuk sebesar Rp 1,5 juta selama 5 tahun berturut-turut. Hitunglah IRR.

Jawaban

Karena arus kas keluar adalah sama (Rp 1,5 juta selama 5 tahun), maka digunakan rumus atau tabel anuitas. Pertama, kita mencari faktor anuitas dengan membagi nilai sekarang (PV) arus kas keluar (biaya pertama) dengan anuitas $(6,0) \times (1/1,5) = 4,0$. Kemudian dari tabel di Lampiran II untuk $n = 5$ dan faktor anuitas 4,0 diperoleh $i = 7\%$ atau $IRR = 7\%$.

B. Cara Trial And Error atau Kalkulator

Pada contoh soal di atas diumpamakan arus kas masuk tetap sebesar Rp 1,5 juta per tahun selama umur investasi, sehingga bisa digunakan rumus atau table PV-anuitas. Namun, bagaimana bila arus kas masuk tidak tetap? Hal ini dapat dihitung dengan *trial and error* atau dengan kalkulator.

Contoh Soal

Usulan sebuah investasi dengan biaya pertama Rp. 10 juta direncanakan menghasilkan pemasukan berturut-turut sebesar Rp. 6 juta, Rp. 5 juta, dan Rp. 2 juta pada tahun pertama, kedua, dan ketiga. Hitunglah IRR dari investasi tersebut.

Jawaban

Karena arus kas tidak tetap, maka dihitung terlebih dahulu rata-rata factor anuitas

a. Menghitung rata-rata arus kas masuk anuitas $(1/3) \times (6 + 5 + 2) = \text{Rp. } 4,3 \text{ juta}$. Faktor anuitas $(1/4,3)(10) = 2,3$. Dengan memakai tabel bunga untuk $n = 3$ dan faktor anuitas = 2,3 diperoleh $i = 14\%$

b. Mengecek besarnya NPV untuk $i = 14\%$

Tahun	$i = 14\%$	$i = 18\%$
0	-10,000	-
1	5,262	
2	3,845	
3	1,350	
NPV	0,457	

c. karena untuk $i = 14\%$ $\text{NPV} > 0$, sedangkan $i = 18\%$ $\text{NPV} < 0$, jadi IRR terletak antara $14\% - 18\%$

d. Interpolasi, untuk memperoleh angka yang lebih akurat, perhitungan dilakukan dengan interpolasi

Jenis	A	B	Selisih
Bunga (i)	14%	18%	4%
NPV	0,457	-0,110	0,567
IRR	$14 + \frac{0,457}{\left[\frac{0,457}{0,567} \times 4 \right]} = 17,2$		
	17,2 %		

Benefit-Cost Ratio

Untuk mengkaji kelayakan investasi sering digunakan pula kriteria yang disebut *benefit cost ratio-BCR*. Penggunaannya amat dikenal dalam mengevaluasi investasi-

investasi untuk kepentingan umum atau sektor publik. Di sini meskipun penekanannya ditujukan kepada manfaat (*benefit*) bagi kepentingan umum dan bukan keuntungan finansial perusahaan, namun bukan berarti perusahaan swasta mengabaikan kriteria ini.

Adapun rumus yang digunakan adalah:

$$BCR = \frac{\text{Nilai Sekarang Benefit}}{\text{Nilai Sekarang Biaya}} = \frac{(PV)B}{(PV)C} \quad (2.21)$$

di mana,

BCR = Rasio manfaat terhadap biaya (benefit-cost ratio)

(PV)B = Nilai sekarang benefit

(PV)C = Nilai sekarang biaya

Pada investasi-investasi sektor swasta, benefit umumnya berupa pendapatan minus biaya di luar biaya pertama (misalnya, untuk operasi dan produksi), sehingga rumusnya menjadi:

$$BCR = \frac{R - C_{op}}{C_f} \quad (2.22)$$

dimana,

R = Nilai sekarang pendapatan.

(C)_{op} = Nilai sekarang biaya (di luar biaya pertama).

C_f = Biaya pertama.

Kriteria BCR akan memberikan petunjuk sebagai berikut:

BCR > 1 Usulan investasi diterima.

BCR < 1 Usulan investasi ditolak.

BCR = 1 Netral.

Contoh Soal

Suatu investasi diperhitungkan memerlukan biaya pertama sebesar Rp 50 juta dengan biaya modal 9% dan mendapatkan benefit selama 3 tahun berturut-turut sebesar Rp 15 juta, Rp 25 juta, dan Rp 40 juta. Apakah investasi ini harus diterima atau ditolak?

Jawaban

Untuk menjawabnya, pertama-tama kita akan menghitung PV arus kas masuk dan keluar pada $i = 9\%$ dengan menggunakan tabel bunga. Hasilnya adalah sebagai berikut.

Tahun	$i = 9\%$
0	-50,0
1	15 (0,917) = 13,75
2	25 (0,842) = 21,05
3	40 (0.772) = 30,88
(PV)B	65.68

$$BCR = 65.68/50 = 1,31$$

Oleh karena $BCR > 1$, maka usulan investasi diterima.

Beban Tahunan Ekuivalen dan Uniform Annual Series

Seringkali calon investor ingin mengetahui dan menilai parameter-parameter yang dianggap penting (pendapatan, biaya, dan arus kas) dalam kurun waktu tahunan, yang dikombinasikan sebagai beban tahunan ekuivalen (*equivalent capital charge - ECC*). Misalnya, suatu perusahaan lis-trik ingin menghitung berapa besar harga langganan per tahun dalam rangka investasi baru bila biaya pertama yang harus dikeluarkan, tingkat pengembalian yang diinginkan, serta biaya operasi per tahun telah di-perkirakan. Metode ECC berguna bagi pengkajian kelayakan investasi yang mempunyai umur berbeda-beda.

Suatu perusahaan air minum melakukan investasi senilai Rp 400 juta. Biaya operasi diperkirakan Rp 70 juta setahun dan berlangsung selama 15 tahun. Bila perusahaan tersebut menghendaki tingkat pengembalian 8% dan kemungkinan peralatan mempunyai nilai sisa sebesar Rp 50 juta pada akhir masa operasi, tentukan minimal harga langganan per tahun.

Jawaban

Di sini beban tahunan terdiri dari biaya operasi sebesar Rp 70 juta dan pembayaran berkala untuk mengembalikan modal Rp 400 juta selama 15 tahun dengan bunga 8%. Nilai sisa yang ada dapat dikurangkan dari biaya pertama. Jika kita memperhitungkan nilai sisa pada saat sekarang dengan $r = 8\%$ dari table bunga, maka akan diperoleh:

$PV \text{ nilai sisa} = (\text{Rp } 50 \text{ juta}) \times (0,327) = \text{Rp } 16,35 \text{ juta.}$

Biaya pertama = Rp 400 juta - Rp 16,35 juta = Rp 383,65 juta.

Beban tahunan adalah pengeluaran untuk operasi ditambah pembayaran kembali biaya pertama (setelah dikurangi nilai sisa). Dengan tabel bunga diperoleh Faktor 0,1168, sehingga beban tahunan ekuivalen adalah $ECC = \text{Rp } 400 \text{ juta} \times (0,1168) + \text{Rp } 70 \text{ juta} = \text{Rp } 116,72 \text{ juta.}$

A. Uniform Annual Series Method (UAS)

Variasi lain dari metode NPV adalah *Uniform Annual Series Method*-UAS. UAS berguna untuk memilih alternatif investasi yang bersifat saling meniadakan dan menjadikan NPV arus kas dari usulan investasi/investasi menjadi *uniform annual equivalent* berdasarkan perbandingan nilai-nilai investasi. Hal ini dilakukan dengan menghitung NPV arus kas investasi lalu dibagi dengan faktor $(PV/A, i, n)$.

Contoh Soal 20

Dua investasi dengan umur yang sama dan bersifat saling meniadakan mempunyai arus kas sebagai berikut:

Tahun	Proyek A (Rp. Juta)	Proyek B (Rp. Juta)
0	- 7,0	
1	2,0	
2	2,0	
3	2,0	
4	2,0	
5	2,0	
6	2,0	

Tentukan investasi yang lebih menarik bila diinginkan tingkat pengembalian 9% per tahun!

Jawaban

Hitunglah masing-masing NPV investasi A dan B. Dari tabel bunga, (PIA, i, n) diperoleh:

$$\text{NPV investasi A} = (4,485 \times 2,0) - 7,0 = 8,970 - 7,0 = 1,970.$$

$$\text{NPV investasi B} = (2,531 \times 3,0) - 6,0 = 7,593 - 6,0 = 1,593.$$

UAS masing-masing investasi dapat diperoleh dari NPV di atas dengan faktor

$(P/A, i, n)$ yang bersangkutan,

$$\text{UAS investasi A} = \frac{1,970}{4,485} = 0,439$$

$$\text{UAS investasi B} = \frac{1,593}{2,531} = 0,629$$

Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa dilihat dari segi UAS, investasi B lebih menarik meskipun NPV investasi A > NPV investasi B. Ini berarti evaluasi dengan metode NPV memerlukan peninjauan lebih lanjut bila menghadapi keadaan-keadaan yang spesifik.

B. Modal Terbatas

Karena alasan tertentu, pimpinan perusahaan kadang-kadang memben-kan batasan atas jumlah maksimal dana yang boleh digunakan untuk investasi pada waktu tertentu. Keadaan demikian dikenal sebagai *capital rationing*. Prosedur pemilihan investasi dengan modal terbatas adalah memilih kombinasi yang menghasilkan NPV terbesar, yaitu yang total bi-ayanya tidak melewati batas maksimal yang ditentukan. Contoh di bawah ini menggambarkan keadaan tersebut.

Total Anggaran: Rp 10,0 juta

Investasi:	a	b	c	d	e	f
Biaya (Rp	5,0	3,0	2,0	2,0	4,0	3,
juta) NPV (Rp	2,5	1,0	0,5	0,6	1,2	- 0,
juta)						

Karena jumlah dana yang disediakan (anggaran) maksimal Rp 10 iuta, maka kombinasi terbaik adalah $a + b + c = 10$, atau $a + b + d = 10$, atau $a + f + c = 10$. Dilihat dari segii NPV, $(NPV)_d > (NPV)_c$ dan $(NPV)_f$ adalah negatif. Dengan demikian, bila investasi-investasi tersebut tidak boleh dipecah maka kombinasi yang menghasilkan NPV terbesar adalah $a + b + d = \text{Rp } 10 \text{ juta}$. Analisis memilih kombinasi terbaik bagi sejumlah besar investasi dapat dilakukan dengan program matematis.

Membandingkan NPV dan IRR

Kita telah membahas kriteria seleksi investasi dengan menggunakan metode NPV dan IRR. Mungkin akan timbul pertanyaan tentang apakah kedua metode tersebut memberikan hasil yang sama dilihat dari sudut menarik tidaknya investasi bersangkutan untuk diterima atau ditolak?.

Dari peninjauan lebih lanjut akan terlihat bahwa kedua kriteria tersebut menghasilkan kesimpulan sebagai berikut.

1. Memberikan Kesimpulan yang Sama

Kedua kriteria itu akan memberikan hasil *ranking* sama terhadap menarik tidaknya suatu usulan investasi, dengan catatan:

- a. Arus kas investasi harus mengikuti pola yang sejenis (arus kas keluar pada masa awal dan selanjutnya arus kas masuk yang berkesinambungan sampai akhir umur investasi).
- b. Investasi itu adalah berdiri sendiri dan bukan investasi yang bersifat saling meniadakan (*mutually exclusive project*).

2. Memberikan Kesimpulan yang Berbeda

Kriteria yang satu dapat memberikan keputusan ditolak atau diterima yang berbeda dengan kriteria lainnya bilamana terdapat hal-hal berikut.

- a. Pola arus kas investasi tidak sejenis dan terjadi beberapa perubahan tanda (+) dan (-).
- b. Investasi-investasi bersifat saling meniadakan.
- c. Investasi-investasi tersebut memiliki ukuran atau skala yang banyak berbeda.

Fakta yang perlu diperhatikan di sini adalah bahwa NPV memberikan angka absolut sedangkan IRR memberikan angka komparatif, yang tidak memasukkan factor skala atau ukuran investasi, sehingga metode NPV dianggap lebih superior dibanding metode IRR. Oleh karena itu, metode NPV lebih dianjurkan untuk digunakan dalam menganalisis arus kas rencana investasi (investasi).

BAB X

BENTUK ORGANISASI USAHA

Bentuk-bentuk organisasi usaha:

- Perusahaan Perseorangan
- Persekutuan Firma
- Perseroan Komanditer (Commanditer Vennootschap / CV)
- Perseroan Terbatas
- Koperasi
- Yayasan
- BUMN

Beberapa pertimbangan yang perlu dilakukan dalam memilih bentuk perusahaan :

- Jenis usaha yang dijalankan (perdagangan, industri, dsb)
- Ruang lingkup usaha
- Pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan usaha
- Besarnya resiko pemilikan
- Batas-batas pertanggungjawaban terhadap utang-utang perusahaan

- Besarnya investasi yang ditanamkan
- Cara pembagian keuntungan
- Jangka waktu berdirinya perusahaan
- Peraturan-peraturan pemerintahan

Perusahaan

Menurut UU no. 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan Pasal 1 huruf b yang dimaksud dengan perusahaan adalah Setiap bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus menerus yang didirikan, bekerja, serta berkedudukan dalam wilayah Negara Indonesia dengan tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba.

Pengusaha

Adalah orang yang menjalankan perusahaan atau menyuruh orang lain menjalankan perusahaan. Pengusaha mengeluarkan sejumlah modal yang digunakan untuk menjalankan kegiatan usaha.

Dalam hal ini terdapat 3 kategori pengusaha:

1. Pengusaha yang bekerja sendiri
2. Pengusaha yang bekerja dengan bantuan pekerja
3. Pengusaha yang memberi kuasa kepada orang lain untuk menjalankan perusahaan.

A. Perusahaan Perseorangan

Adalah perusahaan yang dikelola dan diawasi oleh satu orang, dimana pengelola perusahaan memperoleh semua keuntungan perusahaan, tetapi ia juga

menanggung semua resiko yang timbul dalam kegiatan perusahaan.

Pendirian perusahaan perseorangan tidak diatur dalam KUHD dan tidak memerlukan perjanjian karena hanya didirikan oleh satu orang pengusaha saja.

Perusahaan perseorangan dibagi dalam 2 kelompok yaitu

1. Usaha Perseorangan Berizin

Memiliki izin operasional dari departemen teknis. Misalnya bila perusahaan perseorangan bergerak dalam bidang perdagangan, maka dapat memiliki izin seperti Tanda Daftar Usaha Perdagangan (TDUP), Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP).

2.Usaha Perseorangan Yang Tidak Memiliki Izin

Misalnya usaha perseorangan yang dilakukan para pedagang kaki lima, toko barang kelontong, dsb.

Kebaikan perusahaan perseorangan:

- Mudah dibentuk dan dibubarkan
- Bekerja dengan sederhana
- Pengelolaannya sederhana
- Tidak perlu kebijaksanaan pembagian laba

Kelemahan perusahaan perseorangan

- Tanggung jawab tidak terbatas
- Kemampuan manajemen terbatas

- Sulit mengikuti pesatnya perkembangan perusahaan
- Sumber dana hanya terbatas pada pemilik
- Resiko kegiatan perusahaan ditanggung sendiri

Perusahaan Persekutuan Bukan Badan Hukum

Yaitu perusahaan swasta yang didirikan dan dimiliki oleh beberapa orang pengusaha secara kerja sama tapi tidak termasuk dalam katagori badan usaha yang berbadan hukum. Yang termasuk dalam kelompok ini adalah **Firma dan Persekutuan Komanditer (CV)**.

B. Firma

Adalah bentuk badan usaha yang didirikan oleh beberapa orang dengan menggunakan nama bersama atau satu nama digunakan bersama. Dalam firma semua anggota bertanggung jawab sepenuhnya baik sendiri-sendiri maupun bersama terhadap utang-utang perusahaan kepada pihak lain. Bila perusahaan mengalami kerugian akan ditanggung bersama, kalau perlu dengan seluruh kekayaan pribadi mereka.

Firma harus didirikan dengan akta otentik yang dibuat di muka notaris. Akta Pendirian Firma harus didaftarkan di Kepaniteraan Pengadilan Negeri yang daerah hukumnya meliputi tempat kedudukan Firma yang bersangkutan. Setelah itu akta pendirian harus diumumkan dalam Berita Negara atau Tambahan Berita Negara. Tetapi karena Firma bukan merupakan badan hukum, maka akta pendirian Firma tidak memerlukan pengesahan dari Departemen Kehakiman RI.

Pendirian, pengaturan dan pembubaran Firma diatur di dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD).

Firma bukan merupakan badan usaha yang berbadan hukum karena :

Tidak ada pemisahan harta kekayaan antara persekutuan dan pribadi sekutu-sekutu, setiap sekutu bertanggung jawab secara pribadi untuk keseluruhan. Tidak ada keharusan pengesahan akta pendirian oleh Menteri Kehakiman dan HAM

Firma berakhir apabila jangka waktu yang ditetapkan dalam anggaran dasar telah berakhir. Selain itu, menurut Pasal 26 dan Pasal 31 KUHD Firma juga dapat bubar sebelum berakhirnya jangka waktu yang ditetapkan dalam anggaran dasar akibat pengunduran diri atau pemberhentian sekutu.

Kebaikan Firma:

- Prosedur pendirian relatif mudah
- Mempunyai kemampuan finansial yang lebih besar, karena gabungan modal yang dimiliki beberapa orang
- Keputusan bersama dengan pertimbangan seluruh anggota firma, sehingga keputusan-keputusan menjadi lebih baik

Kelemahan Firma:

- Utang-utang perusahaan ditanggung oleh kekayaan pribadi para anggota firma
- Kelangsungan hidup perusahaan tidak terjamin, sebab bila salah seorang anggota keluar, maka firma pun bubar

C. Perseroan Komanditer / CV

Perseroan Komanditer (CV) adalah persekutuan yang didirikan oleh beberapa orang (sekutu) yang menyerahkan dan mempercayakan uangnya untuk dipakai dalam persekutuan. Para anggota persekutuan menyerahkan uangnya sebagai modal perseroan dengan jumlah yang tidak perlu sama sebagai tanda keikutsertaan di dalam persekutuan.

Sekutu pada persero dapat dikelompokkan menjadi :

- **Sekutu Komplementer** yaitu: sekutu aktif / orang yang bersedia memimpin pengaturan perusahaan dan bertanggung jawab penuh dengan kekayaan pribadinya sesuai pasal 18 KUHD.
- **Sekutu Komanditer** yaitu: sekutu pasif / orang yang tidak ikut mengurus persekutuan tapi mempercayakan uangnya dalam persekutuan dan bertanggung jawab hanya terbatas pada kekayaan yang diikuti sertakan dalam perusahaan tersebut

Berakhirnya CV, diatur dalam Pasal 31 KUHD yaitu:

1. Berakhirnya jangka waktu yang ditetapkan dalam Anggaran Dasar (Akta Pendirian).
2. CV berakhir sebelum jangka waktu yang ditetapkan, akibat pengunduran diri atau pemberhentian sekutu.

3. Akibat perubahan anggaran dasar (akta pendirian) di mana perubahan anggaran dasar ini mempengaruhi kepentingan pihak ketiga terhadap CV.

Kebaikan perseroan komanditer:

- Pendiriannya relatif mudah
- Modal yang dapat dikumpulkan lebih banyak
- Kemampuan untuk memperoleh kredit lebih besar
- Manajemen dapat didiversifikasikan
- Kesempatan untuk berkembang lebih besar

Kelemahan perseroan komanditer:

- Tanggung jawab tidak terbatas
- Kelangsungan hidup tidak terjamin
- Sukar untuk menarik kembali investasinya

Perusahaan Berbadan Hukum

Badan Hukum adalah organisasi yang diwujudkan / diciptakan oleh hukum sebagai pembawa hak dan kewajiban seperti halnya manusia. Karena itu badan hukum dapat mempunyai kekayaan sendiri, utang piutang sendiri, dapat digugat dan menggugat

Badan hukum dapat melakukan perbuatan hukum setelah akta pendirian badan hukum tersebut mendapat pengesahan dari pemerintah / Departemen Kehakiman yang termasuk dalam kelompok perusahaan berbadan hukum adalah Perseoran Terbatas, Koperasi, Yayasan dan BUMN

D. Perseroan Terbatas

Menurut Pasal 1 butir 1 UU no. 1 tahun 1995, Perseroan Terbatas adalah : Badan Hukum yang didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam undang-undang ini serta peraturan pelaksanaannya.

Adalah suatu badan yang mempunyai kekayaan, hak serta kewajiban sendiri yang terpisah dari kekayaan, hak serta kewajiban para pendiri maupun pemilik.

Akta pendirian perusahaan harus mendapatkan pengesahan dari Departemen Kehakiman. Selain itu terdapat pemisahan antara kekayaan pribadi para pemegang saham dengan bagian kekayaan yang disetor ke perseroan dalam bentuk setoran saham. Tanda keikutsertaan seseorang sebagai pemilik adalah saham yang dimilikinya. Makin besar saham yang dimiliki, makin besar peran dan kedudukan seseorang sebagai pemilik perusahaan tersebut.

Tanggung jawab seorang pemegang saham terhadap pihak ketiga terbatas pada modal sahamnya. Jadi tanggung jawab pemilik terhadap kewajiban-kewajiban finansial perusahaan ditentukan oleh besarnya modal yang diikutsertakan pada perseroan. (Hal ini yang berbeda dengan CV/Firma)

Kekayaan pribadi para pemegang saham maupun milik para pimpinan perusahaan tidak dipertanggungjawabkan sebagai jaminan terhadap utang-utang perusahaan. Keterlibatan dan tanggung jawab para pemilik terhadap utang piutang perusahaan terbatas pada saham yang dimiliki.

Perseroan Terbatas mempunyai kelangsungan hidup yang panjang, karena meski pendiri atau pemiliknya meninggal dunia perseroan ini akan tetap berjalan.

Unsur-unsur dalam Perseroan Terbatas:

1. Organisasi yang teratur

Sebagai organisasi yang teratur, perseroan mempunyai organ yang terdiri dari :

Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)

adalah pemegang kekuasaan tertinggi dalam PT dan memegang segala kewenangan yang tidak diserahkan kepada direksi atau komisaris. RUPS terdiri dari RUPS tahunan yang diadakan paling lambat 6 bulan setelah tahun buku dan RUPS lainnya yang dapat diadakan sewaktu-waktu berdasarkan kebutuhan.

Direksi

adalah organ PT yang bertanggung jawab penuh atas pengelolaan PT untuk kepentingan dan tujuan PT serta mewakili PT baik di dalam maupun di luar pengadilan sesuai dengan ketentuan anggaran dasar.

Komisaris

adalah organ PT yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan atau khusus serta memberikan nasehat kepada direksi dalam menjalankan perseroan.

2. Kekayaan sendiri

Persero memiliki kekayaan sendiri berupa modal yang disetor para pemegang sahamnya dan terbagi dalam 3 kelompok modal yaitu Modal Dasar, Modal Ditempatkan dan Modal Disetor.

Modal Dasar merupakan jumlah keseluruhan modal dalam bentuk saham dari suatu perseroan terbatas. Menurut Pasal 26 UU No. 1 tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas (UU PT), jumlah modal dasar suatu perseroan minimal Rp. 25.000.000,- kecuali untuk usaha-usaha tertentu yang mensyaratkan modal dasar di atas Rp. 25.000.000,- contoh pendirian usaha bank.

Modal yang ditempatkan, merupakan sejumlah modal tertentu yang disanggupi oleh para pendiri perseroan terbatas untuk disetorkan ke dalam perseroan, minimal 25 % dari seluruh jumlah modal dasar.

Modal yang disetor, merupakan modal yang telah disetor oleh para pendiri PT, minimum sebesar 50% dari modal yang ditempatkan atau 12,5% dari modal dasar perseroan.

3. Melakukan hubungan hukum sendiri

Diwakili oleh Direksi untuk melakukan hubungan hukum sendiri dengan pihak ketiga dengan tanggung jawab sebagai berikut:

- a. Sebelum Akta pendirian disahkan oleh Menteri Kehakiman RI, para pendiri bertanggung jawab secara pribadi atas tindakan-tindakan persero terbatas tersebut.
- b. Setelah akta pendirian disahkan namun belum diumumkan dalam Berita Negara RI, Dewan Direktur bertanggung jawab secara tanggung renteng atas tindakan-tindakan perseroan terbatas tersebut (Pasal 23 UU PT)

c. Setelah akta pendirian diumumkan dalam Berita Negara RI, maka perseroan terbatas tersebut yang akan bertanggung jawab atas seluruh tindakannya.

4. Mempunyai tujuan sendiri yaitu memperoleh keuntungan (laba).

Tata Cara Pendirian PT :

1. Pembuatan akta pendirian di muka notaris; membawa rancangan AD dan ART.
2. Pengesahan oleh Menteri Kehakiman untuk pengesahan status sebagai badan hukum.
3. Pendaftaran perseroan yang dilakukan di Kepaniteraan Pengadilan Negeri yang wilayah kerjanya meliputi tempat perseroan didirikan. Pendaftaran wajib dilakukan dalam waktu 30 hari setelah pengesahan / persetujuan Menteri Kehakiman diberikan.
4. Pengumuman dalam Tambahan Berita Negara, wajib dilakukan permohonan pengumuman oleh direksi dalam waktu 30 hari sejak pendaftaran

Berakhirnya Perseroan Terbatas:

Menurut Pasal 114 UU PT, Perseroan Terbatas dapat bubar karena:

1. Keputusan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) Dalam Pasal 115 UU PT ditentukan bahwa direksi dapat mengajukan usul pembubaran persero kepada RUPS. Keputusan RUPS tentang pembubaran perseroan sah bila diambil sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan UU dan Anggaran Dasar.
2. Karena jangka waktu berdirinya perseroan sudah berakhir.
3. Keputusan Pengadilan Negeri karena;

- Permohonan Kejaksanaan karena perseroan melanggar kepentingan umum
- Permohonan 1 orang pemegang saham atau lebih yang mewakili paling sedikit 1/10 bagian dari jumlah seluruh saham dengan hak suara yang sah
- Permohonan kreditur karena perseroan tidak mampu membayar utangnya setelah dinyatakan pailit atau kekayaan perseroan tidak cukup untuk melunasi seluruh utangnya setelah pernyataan pailit dicabut.
- Permohonan pihak berkepentingan karena adanya cacat hukum dalam akta pendirian perseroan.

Kebaikan Perseroan Terbatas

- Kelangsungan hidup perusahaan terjamin
 - Terbatasnya tanggung jawab, sehingga tidak menimbulkan resiko bagi kekayaan pribadi maupun kekayaan keluarga pemilik
- Saham dapat diperjual belikan dengan relatif mudah.
- Kebutuhan kapital lebih besar akan mudah dipenuhi, sehingga memungkinkan perluasan usaha.
- Pengelolaan perusahaan dapat dilakukan lebih efisien

Kelemahan Perseroan Terbatas:

- Biaya pendiriannya relatif mahal
- Rahasia tidak terjamin
- Kurangnya hubungan yang efektif antara pemegang saham

E. Koperasi

Menurut UU no. 25 tahun 1992, Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi yang melandaskan kegiatannya pada prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan.

Status badan hukum koperasi diperoleh setelah memperoleh pengesahan dari pemerintah (Menteri Koperasi).

Modal Koperasi terdiri dari :

1. Modal sendiri dapat berasal dari simpanan pokok, simpanan wajib, sumbangan suka rela, hibah dan dana cadangan Sisa Hasil Usaha.
2. Modal Pinjaman dapat berasal dari anggota, koperasi lainnya dan atau anggotanya, bank, penerbitan obligasi atau surat utang lainnya, sumber lain yang sah.

Tujuan koperasi adalah meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, makmur dan berlandaskan Pancasila dan UUD'45.

Prinsip Koperasi:

- Keanggotaan bersifat suka rela
- Pengelolaan dilakukan secara demokratis
- Pembagian sisa hasil usaha dilakukan secara adil, sebanding dengan besarnya jasa masing-masing anggota.
- Pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal
- Kemandirian

- Keanggotaan koperasi bersifat murni, pribadi dan tidak dapat dialihkan.

Koperasi mempunyai ciri tersendiri:

- Lebih mementingkan keanggotaan dan sifat persamaan
- Anggota-anggotanya bebas keluar masuk
- Koperasi merupakan badan hukum yang menjalankan usaha untuk kesejahteraan anggota.
- Koperasi didirikan secara tertulis dengan akte pendirian dari notaris
- Tanggung jawab kelancaran usaha koperasi berada di tangan pengurus.
- Para anggota koperasi turut bertanggung jawab atas utang-utang koperasi terhadap pihak lain.
- Kekuasaan tertinggi di dalam rapat anggota.

Cara Mendirikan Koperasi: Menurut Pasal 6 – Pasal 14 UU no. 25 tahun 1992 adalah sebagai berikut:

1. Rapat pembentukan koperasi sekurang-kurangnya 20 orang pendiri mengadakan rapat pembentukan koperasi, kemudian dibuatkan berita acara yang berisikan hasil kesepakatan, jumlah anggota dan nama mereka yang diberi kuasa untuk menandatangani akta pendirian.
2. Surat Permohonan Pengesahan kepada Departemen Koperasi Pengesahan dan pendaftaran akta pendirian, diberikan paling lama 3 bulan setelah diterimanya permintaan pengesahan. Tanggal pengesahan akta pendirian berlaku sebagai tanggal resmi berdirinya koperasi dan resmi sebagai badan hukum.
3. Pengiriman akta pendirian kepada pendiri
4. Pengumuman dalam Berita Negara

Pengelompokan Koperasi Menurut bidang usahanya:

1. **Koperasi Produksi** adalah koperasi yang para anggotanya terdiri dari produsen penghasil barang / jasa. Koperasi ini mengusahakan kemudahan bagi para anggotanya dalam melaksanakan kegiatan sehari-hari, seperti menyediakan bahan baku, bahan pembantu, serta perlengkapan produksi lainnya dan juga penyaluran hasil produksi kepada konsumen.
2. **Koperasi Konsumsi** adalah koperasi yang bergerak dalam penyediaan kebutuhan pokok bagi anggotanya.
3. **Koperasi Simpan Pinjam** adalah koperasi yang bergerak dalam penghimpunan dana dari para anggotanya dan meyalurkannya kepada anggota yang membutuhkannya.
4. **Koperasi Serba Usaha** adalah koperasi yang mempunyai usaha rangkap / beraneka ragam sesuai dengan kebutuhan anggotanya.

Menurut luas wilayahnya, koperasi di Indonesia dikelompokkan menjadi:

1. **Primer Koperasi** adalah koperasi sebagai satuan terkecil dengan wilayah yang kecil pula dan melbatkan secara langsung orang-orang sebagai anggotanya.
2. **Pusat Koperasi** adalah koperasi yang anggota-anggotanya adalah koperasi- koperasi primer, sedikitnya lima.
3. **Gabungan Koperasi** adalah koperasi yang dibentuk secara bersama sama oleh pusat koperasi (paling sedikit tiga puluh pusat koperasi)
4. **Induk Koperasi** adalah koperasi yang dibentuk secara bersama-sama oleh gabungan koperasi (paling sedikit tiga gabungan koperasi).

Pihak yang terlibat dalam Koperasi:

1. Rapat Anggota Tahunan (RAT), yang merupakan pemegang kekuasaan tertinggi dalam koperasi dan diadakan paling sedikit sekali dalam satu tahun. RAT menetapkan sebagai berikut:

- a. Anggaran Dasar
- b. Kebijakan umum di bidang organisasi, manajemen dan usaha koperasi
- c. Pemilihan, pengangkatan pemberhentian pengurus dan pengawas.
- d. Rencana kerja, rencana anggaran pendapatan dan belanja koperasi serta pengesahan laporan keuangan
- e. Pengesahan pertanggung jawaban pengurus dalam pelaksanaan tugasnya.
- f. Penggabungan, peleburan, pembagian dan pembubaran koperasi.

2. Pengurus adalah orang-orang yang secara aktif bertugas dalam pengelolaan koperasi dan memiliki jabatan paling lama 5 tahun. Sebagai imbalannya, pengurus menerima uang jasa / honorarium.

3. Pengawas / Dewan Komisaris yang dipilih dari dan oleh anggota koperasi dalam RAT. Pengawas bertugas melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan kebijakan dan pengelolaan koperasi serta membuat laporan tertulis tentang hasil pengawasannya.

Pembubaran Koperasi

Menurut Pasal 46 UU no. 25 Thn 1992, pembubaran koperasi dapat dilakukan berdasarkan :

- a. Keputusan Rapat Anggota atau
- b. Keputusan pemerintah bila:

Terdapat bukti bahwa koperasi yang bersangkutan tidak memenuhi ketentuan UU no. 25 tahun 1992 Kegiatannya

bertentangan dengan ketertiban umum dan atau kesusilaan. Kelangsungan hidupnya tidak dapat diharapkan.

Bentuk kerjasama usaha yang lain

1. Joint venture merupakan suatu kerjasama antar beberapa perusahaan untuk mencapai konsentrasi kekuatan ekonomi yang lebih padat. Ciri utamanya adalah kegiatan yang dilakukan oleh salah seorang partner masih tetap mengikat partner yang lain. Selanjutnya, kewajiban semua pihak dalam joint venturesama seperti kewajiban dalam partnership. Joint venture dapat disebut sebagai aliansi strategis dan mungkin dilakukan oleh perusahaan besar serta dapat menjadi strategi yang efektif yang efektif dengan memanfaatkan kelebihan yang dimiliki partner.
2. Syndicate adalah kerjasama antara dua unit usaha untuk mencapai tujuan tertentu yang spesifik. Pembentukan sindikat biasanya dilakukan pada perusahaan penjamin. Misalnya suatu sindikat kelompok perusahaan investasi dibentuk dengan tujuan menjual sejumlah besar saham perusahaan. Keputusan manajerialnya ada ditangan kelompok pada sindikat tersebut.
3. Trust merupakan organisasi yang sengaja dibentuk untuk menghindari kerugian-kerugian dan meningkatkan keuntungan. Trust adalah penggabungan dua unit usaha menjadi satudan masing-masing unit usaha kehilangan identitas. Beberapa perusahaan yang telah melebur akan melahirkan perusahaan baru yang lebih besar. Seluruh kekayaan perusahaan lama dipindahkan keperusahaan baru. Trust dapat mengeluarkan saham atau obligasi. Tanggung jawab

- pemilik saham hanya sebatas modal yang ditanamkan. Karena itu trust merupakan salah satu jenis perseroan.
4. Kartel adalah persekutuan perusahaan-perusahaan dibawah suatu perjanjian untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam kartel identitas masing-masing perusahaan masih utuh dan tetap berdiri sendiri. Bentuk-bentuk karte adalah kartel daerah (pembagian daerah pemasaran), kartel produksi (penentuan luas produksi), kartel kondisi (pengaturan syarat-syarat penjualan, penyerahan barang, pemberian diskon, dan sebagainya), kartel pembagian laba (penentuan cara pembagian dan besarnya laba), dan kartel harga (penentuan harga minimal).
 5. Holding company terjadi bila ada suatu perusahaan dalam kondisi yang baik secara finansial kemudian membeli saham-saham dari perusahaan lain. Atau terjadi pengambilan kekuasaan dan kekayaan dari suatu perusahaan ke holding company. Holding company sendiri adalah perusahaan induk yang memiliki saham pada beberapa anak perusahaan umumnya menyerahkan pengelolaan bisnis yang dimilikinya pada manajemen yang terpisah . contoh holding company misalnya Bakerie dan Brothers.

BAB XI

MEMULAI USAHA BARU DAN MODEL PENGEMBANGANNYA

A. Strategi Memasuki Usaha baru

Ada tiga cara yang dapat dilakukan untuk memulai atau memasuki dunia usaha yaitu :

1) Merintis usaha baru

Yaitu membentuk dan mendirikan usaha baru dengan menggunakan modal, ide, organisasi, dan manajemen yang dirancang sendiri.

Ditinjau dari bentuknya dapat berupa :

- a) Perusahaan milik sendiri (*sole proprietorship*), yaitu bentuk usaha yang dimiliki dan dikelola sendiri oleh seseorang.
- b) Persekutuan (*partnership*), yaitu suatu kerja sama dua orang atau lebih yang secara bersama-sama menjalankan usaha bersama.
- c) Perusahaan berbadan ukum, yaitu perusahaan yang didirikan atas dasar badan hukum dengan modal berupa saham-saham.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam mendirikan bisnis sendiri, yaitu :

1. Mantapkan keinginan untuk bernisnis sendiri.
2. Mulailah dengan membuat komitmen untuk menjadi seorang pengusaha kecil/menengah.
3. Lakukan penelitian tentang industri dan pasar dari produk yang akan dibisniskan.
4. Punya keahlian tertentu.
5. Memahami sifat dasar bisnis yang akan dipilih.

6. Lihat ruang lingkup secara keseluruhan dari bisnis yang dipilih dan kaji peluang pasar saat ini dan mendatang.
7. Bentuk usaha dan bentuk kepemilikan yang akan dipilih.

2) Membeli perusahaan orang lain (*buying*)

Adalah dengan membeli perusahaan yang telah didirikan atau dirintis atau diorganisir oleh orang lain dengan nama (*goodwill*) dan organisasi usaha yang sudah ada.

Dalam hal ini yang perlu diperhatikan adalah :

1. Mantapkan keinginan untuk berbisnis dengan membeli bisnis yang sudah jalan.
2. Mulailah dengan membuat komitmen untuk menjadi seorang pengusaha dengan meneruskan atau mengambil alih komitmen yang telah dibuat orang lain.
3. Lakukan *market research*.
4. Lakukan penyesuaian dengan budaya baru usaha tersebut.
5. Pahami sifat dasar bisnis yang dipilih.
6. Lihat ruang lingkup secara keseluruhan termasuk peluang dan tantangan yang dihadapi.
7. Perlu evaluasi mendalam dan audit terhadap perusahaan yang akan dibeli.
8. Teliti mengapa perusahaan tersebut dijual.
9. Kaji apakah perusahaan tersebut telah mempunyai *network* pasar maupun citra yang baik.
10. Selidiki dulu sejarah berdirinya perusahaan tersebut.

Beberapa alasan mengapa membeli perusahaan yang sudah didirikan, yaitu kemungkinan resiko lebih rendah, lebih mudah dan cepat menghasilkan, memiliki peluang untuk membeli dengan harga yang lebih murah (bisa ditawarkan).

Dilain pihak pula kerugian atau permasalahan yang timbul baik secara internal maupun eksternal, yaitu :

1. Masalah eksternal, yaitu banyaknya pesaing, ukuran peluang pasar, kesinambungan pasokan bahan baku, bahan pembantu ataupun bahan tambahan, *marketing channel* , dll.
2. Masalah internal seperti reputasi perusahaan/*image*, masalah karyawan, masalah lokasi ataupun masalah masa depan perusahaan yang lainnya,

Beberapa aspek yang perlu diperhatikan dan dianalisis sebelum melakukan kontrak jual beli perusahaan :

- a) Pengalaman apa yang dimiliki untuk mngoperasikan perusahaan tersebut.
- b) Mengapa perusahaan tersebut berhasil tetapi mengalami krisis.
- c) Dimana lokasi perusahaan tersebut.
- d) Berapa harga yang rasional untuk membeli perusahaan tersebut.
- e) Apakah membeli perusahaan tersebut akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan merintis sendiri usaha baru.
- f) Bank yang melayani perusahaan yang akan dibeli.

- g) Kontak-kontak perusahaan seperti pemasok, distributor, pelanggan, dll *stake holder* perusahaan yang akan dibeli.
- h) Jaringan kerja sama bisnis dan sosial perusahaan yang akan dibeli.
- i) Jurnal perdagangan dan media yang digunakan perusahaan yang akan dibeli.

Ada 5 hal kritis yang perlu dicermati berkaitan dengan alasan mengapa seseorang membeli perusahaan, yaitu :

1. Alasan pemilik menjual perusahaan. Apakah kekayaannya berbentuk *tangible* ataukah *intangible* seperti hak paten, hak cipta, dll. Apakah masih prospektif, layak guna serta efisien ?
2. Potensi produk yang dihasilkan. Potensi pasar apa yang dimiliki, baik berkenaan dengan komposisi dan karakteristik pelanggan maupun karakteristik dan komposisi pesaing.
3. Aspek legal yang dimiliki perusahaan. Dalam hal ini yang harus dipertimbangkan adalah hal-hal yang berkaitan dengan prosedur pemindahan kekayaan dan balik nama dari penjual ke pembeli.
4. Kondisi keuangan perusahaan yang akan dijual, apakah dalam keadaan sehat ataukah sebaliknya. Teliti laporan keuangannya secara cermat.

Setelah berbagi hal di atas dianalisis secara cermat, langkah berikutnya adalah :

1. Yakinkan bahwa anda tidak akan merintis usaha baru.

2. Tentukan jenis perusahaan yang diinginkan dan apakah anda mampu mengelolanya.
3. Pertimbangkan gaya hidup yang anda inginkan. Apa yang diharapkan dari perusahaan tersebut.
4. Pertimbangkan lokasi yang diinginkan.
5. Pertimbangkan kembali gaya hidup, apakah anda ingin pesan tersebut untuk selamanya.
6. Jejak penyanggah dana sebelumnya.
7. Persiapkan diri anda sebaik-baiknya.
8. Tetapkan perusahaan yang ingin dibeli.
9. Pilihlah penjual terbaik. Apa alasan menjual perusahaan tersebut.
10. Adakan penelitian sekali lagi untuk meyakinkan bahwa anda memang akan membelinya.
11. Buatlah surat perjanjian dalam bentuk yang spesifik, misalnya jangka waktu pembayaran berakhir.
12. Jangan lupa untuk menilai karyawan.
13. Yakinkan bahwa harga yang ditawarkan betul-betul mencerminkan nilai perusahaan.

3) **Kerjasama Manajemen (*Franchising*)**

Adalah kerjasama antara *franchisee* dengan *franchisor/parent company*. Kerjasama ini biasanya : pemilihan tempat, rencana bangunan, yang perlu peralatan, pengendalian kualitas, dan riset. Menurut hasil survey yang telah dilakukan, terdapat :

- Sekitar 43 % responden mendapatkan ide bisnis dari pengalaman yang diperoleh ketika bekerja di beberapa perusahaan atau tempat-tempat profesional lainnya.

- 11 % menyatakan bahwa mereka memulai usaha untuk memenuhi peluang pasar.
- Sisanya yaitu sejumlah 31 % karena hobi.

Waralaba merupakan kerjasama manajemen untuk menjalankan perusahaan cabang/penyalur. Inti waralaba ini adalah memberi hak monopoli untuk menyelenggarakan usaha dari perusahaan induk, dengan demikian dapat dikatakan sebagai suatu persetujuan lisensi menurut hukum antara suatu perusahaan penyelenggara/produsen dengan penyalur atau perusahaan lain untuk melaksanakan usaha. Perusahaan yang memberi lisensi disebut *Franchisor*, sedangkan yang diberi lisensi/penyalur disebut *Franchisee*. Perusahaan induk (*franchisor*) mengizinkan *franchisee* untuk menggunakan nama, tempat/daerah, bimbingan, latihan karyawan, periklanan, dan perbekalan material secara berkelanjutan.

Dukungan awal mencakup salah satu atau keseluruhan aspek-aspek berikut :

1. Pemilihan tempat
2. Rencana bangunan
3. Pembelian peralatan
4. Pola arus kerja
5. Pemilihan karyawan
6. Periklanan
7. Grafik
8. Bantuan pada acara pembukaan

Selain bantuan awal, bantuan lain yang berlanjut dapat berupa :

1. Pencatatan dan akuntansi
2. Konsultasi

3. Pemeriksaan dan standar
4. Promosi
5. Pengendalian kualitas
6. Nasihat hukum
7. Riset
8. Material lainnya

Dalam kerjasama waralaba ini, perusahaan induk memberi bantuan manajemen secara berkesinambungan, keseluruhan citra, pembuatan, teknik pemasaran diberikan ke perusahaan *franchisee*.

Dasar hukum penyelenggaraan *franchising* adalah kontrak antara *franchisor* dengan *franchisee*, yang secara umum mencakup ketentuan-ketentuan berikut :

- a) *Franchisor* setuju untuk :
 1. Memberikan suatu wilayah penjualan yang berdiri sendiri kepada *franchisee*.
 2. Menyediakan sejumlah pelatihan dan bantuan manajemen.
 3. Memberikan barang-barang dagangan kepada *franchisee* tentang lokasi perusahaan dan desain bangunan.
 4. Memberikan bantuan *financial* tertentu atau nasihat *financial franchisee*.
- b) *Franchisee* setuju untuk :
 1. Menyelenggarakan perusahaan sesuai dengan persyaratan yang diajukan *franchisor*.
 2. Menginvestasikan secara minimum jumlah tertentu pada perusahaan.
 3. Membayar ke *franchisor* suatu jumlah tertentu (semacam *fee* tetap).

4. Membangun, atau kalau tidak *franchisee*.
5. Menyediakan fasilitas perusahaan seperti yang telah disetujui *franchisor*.
6. Membeli persediaan dan material standar lainnya dari *franchisor* atau dari pemasok yang disetujui.

Keuntungan usaha *franchising* :

- 1) Adanya pengarahan, pelatihan, dan pengawasan berkelanjutan dari *franchisor*.
- 2) Diberikannya bantuan *financial*, utamanya pada awal
- 3) Keuntungan dari penggunaan nama, merek, dan produk yang telah terkenal.

Kelemahan *franchising* :

- 1) Tak tertutup kemungkinan program latihan tidak sesuai dengan keinginan.
- 2) Pembatasan kreativitas penyelenggara usaha *franchisee*.
- 3) *Franchisee* jarang mempunyai hak untuk menjual perusahaannya ke pihak lain tanpa menawarkan terlebih dulu pada pihak *franchisor* dengan harga yang sama.

Kelebihan dan kelemahan 3 cara memasuki usaha

Jenis Usaha	Kelebihan	Kelemahan
Merintis usaha baru	Gagasan murni	Pengakuan kurang
	Bebas beroperasi	Fasilitas in
	Fleksibel dan	Penuh keti

	mudah pengaturan	
		Persaingan diketahui
Membeli Perusahaan	Kemungkinan sukses	Perusahaan dijual biasa
	Lokasi sudah cocok	Peralatan t
	Karyawan dan pemasok biasanya sudah mantap	Mahal
	Sudah siap operasi	Sulit inovasi
<i>Franchising</i>	Mendapat pengalaman dalam logo,nama,teknik produksi, pelatihan teknik, bantuan modal	Tidak man
	Penggunaan nama, merk yang sudah terkenal	Kreativitas berkembang

Ada 2 pendekatan utama yang digunakan wirausaha untuk mencari peluang, yaitu :

1. Pendekatan *inside out (idea generation)*, adalah pendekatan berdasarkan gagasan sebagai kunci yang menentukan keberhasilan usaha. Dalam hal ini penentuan jenis usaha yang akan dirintis didasarkan pada keterampilan, kemampuan, dan latar belakang apa yang dimilikinya.
2. Pendekatan *outside in (opportunity recognition)*, yaitu pendekatan yang menekankan pada basis ide bahwa kebutuhan akan berhasil apabila menanggapi atau menciptakan kebutuhan di pasar. Jadi dapat dikatakan sebagai *enviroment scanning* yaitu alat untuk pengembangan yang

akan ditransfer menjadi peluang-peluang ekonomi, yang dalam hal ini dapat berupa surat kabar, laporan periodik tentang perubahan ekonomi, jurnal perdagangan dan pameran dagang, publikasi pemerintah dan informasi lisensi produk yang disediakan oleh broker, universitas, ataupun perusahaan lainnya.

Kompetensi usaha yang diperlukan berkenaan dengan *inside-out approach*, mencakup :

- a) Kemampuan teknik, yaitu kemampuan tentang bagaimana memproduksi produk dan bagaimana cara menyajikannya.
- b) Kemampuan pemasaran, yaitu kemampuan tentang bagaimana menemukan pasar, pelanggan, dan harga yang tepat.
- c) Kemampuan *financial*, yaitu kemampuan tentang bagaimana memperoleh sumber-sumber dana dan cara menggunakannya.
- d) Kemampuan hubungan, yaitu kemampuan tentang bagaimana cara mencari, memelihara dan mengembangkan relasi, serta kemampuan komunikasi maupun negosiasi.
- e) Disamping itu harus memiliki ide dan kemauan yang kuat.

Salah satu aspek yang dapat berperan sebagai pendorong sekaligus bisa juga sebagai penghambat jalannya perusahaan adalah aspek lingkungan, yang secara garis besar dibedakan menjadi dua yaitu lingkungan mikro dan lingkungan makro. Dalam hal ini lingkungan mikro adalah lingkungan yang ada kaitan langsung dengan operasional perusahaan seperti pemegang saham, manajemen, karyawan,

pemasok, pelanggan, distributor, dan sebagainya. Sedangkan lingkungan makro adalah lingkungan di luar perusahaan yang dapat mempengaruhi daya hidup perusahaan secara keseluruhan yang mencakup : lingkungan ekonomi (lokal, regional, internasional), lingkungan teknologi, lingkungan sospolkam, lingkungan demografi, dan gaya hidup.

Hambatan-hambatan yang mungkin dihadapi dalam upaya memasuki industri :

1. Sikap dan kebiasaan pelanggan.
Loyalitas pelanggan terhadap perusahaan baru masih kurang, hal yang sebaliknya terjadi pada perusahaan yang sudah ada.
2. *Switching cost* (biaya perubahan).
Yaitu biaya-biaya yang diperlukan untuk pelatihan kembali para karyawan dan penggantian alat maupun sistem yang lama.
3. Respon dari pesaing yang ada yang secara agresif akan mempertahankan market share yang ada.

Sementara itu sebagai wirausahawan harus memahami beberapa hak perlindungan bagi perusahaan seperti hak paten (suatu pengakuan dari lembaga yang berwenang atas penemuan produk baru yang diberi kewenangan untuk membuat, menggunakan, dan menjual penemuannya selama paten tersebut masih dalam jaminan), merek dagang (*brandname*), hak cipta (suatu hak istimewa guna melindungi pencipta berkenaan dengan keorisinilan ciptaannya) *Opportunity recognition* tak lain adalah pengamatan lingkungan, yaitu alat pengembangan yang akan ditransfer menjadi peluang-peluang ekonomi.

Berita peluang tersebut bersumber dari :

- Surat kabar
- Laporan periodik tentang perubahan ekonomi
- Jurnal Perdagangan dan pameran dagang
- Publikasi Pemerintah
- Informasi lisensi produk yang disediakan oleh pialang saham, universitas, dan perusahaan lainnya.

Dalam merintis usaha baru terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan, yaitu :

- Bidang dan jenis usaha yang dimasuki
- Bentuk usaha dan kepemilikan yang akan dipilih
- Organisasi usaha yang akan digunakan
- Jaminan usaha yang mungkin diperoleh
- Lingkungan usaha yang akan berpengaruh

Bidang dan jenis usaha yang dimasuki :

1. Pertanian : usaha pertanian, kehutanan, perikanan, dan perkebunan.
2. Pertambangan : usaha galian pasir, galian tanah batu dan bata.
3. Pabrikasi : usaha industri, perakitan, dan sintesis
4. Konstruksi : usaha konstruksi bangunan, jembatan, pengairan, dan jalan raya.
5. Jasa keuangan : usaha perbankan, asuransi, dan koperasi.
6. Jasa perorangan : usaha potong rambut, salon, laundry, dan katering.
7. Jasa umum : usaha pengangkutan, pergudangan, wartel, dan distribusi.
8. Jasa wisata : meliputi berbagai kelompok

Berdasarkan UU No 9/ 1990 tentang Kepariwisataaan terdapat 86 jenis usaha yang bisa dirintis yang terbagi ke dalam 3 kelompok :

- a) Kelompok usaha jasa pariwisata meliputi :

- Jasa biro perjalanan wisata
 - Jasa agen perjalanan wisata
 - Jasa Pramuwisata
 - Jasa konvensi perjalanan intensif dan pameran
 - Jasa Konsultan Pariwisata
 - Jasa Informasi Pariwisata
- b) Pengusahaan objek dan daya tarik wisata meliputi :
- Pengusahaan objek dan daya tarik wisata alam
 - Pengusahaan objek dan daya tarik wisata budaya
 - Pengusahaan objek dan daya tarik wisata minat khusus
 - Usaha sarana wisata meliputi :
 - Penyediaan akomodasi
 - Penyediaan makanan dan minuman
 - Penyediaan angkutan wisata
 - Penyediaan sarana wisata
 - Tempat usaha yang akan dipilih

B. Profil Usaha Kecil

Sampai saat ini batasan usaha kecil masih berbeda-beda tergantung pada fokus permasalahannya masing-masing. Usaha kecil telah didefinisikan dengan cara yang berbeda tergantung pada kepentingan organisasi.

Di Indonesia sendiri belum ada batasan dan kriteria yang baku mengenai usaha kecil, Berbagai instansi menggunakan batasan dan kriteria menurut fokus permasalahan yang dituju. Dalam Undang-undang No. 9/1995 Pasal 5 tentang usaha kecil disebutkan beberapa kriteria usaha kecil sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000 (satu miliar rupiah).

Biro Pusat Statistik Indonesia (BPS) mendefinisikan usaha kecil dengan ukuran tenaga kerja, yaitu 5 sampai dengan 19 orang yang terdiri dari (termasuk) pekerja kasar yang dibayar, pekerja pemilik, dan pekerja keluarga. Perusahaan industri yang memiliki tenaga kerja kurang dan 5 orang diklasifikasikan sebagai industri rumah tangga (*home industri*).

Sedangkan industri yang menyerap tenaga kerja 1-9 orang termasuk industri kerajinan rumah tangga. Industri kecil menyerap 10-49 orang, industri sedang menyerap 50-99 orang, dan industri besar menyerap tenaga kerja 100 orang lebih.

Pada usaha kecil, manajer yang mengoperasikan perusahaan adalah pemilik, majikan, dan investor yang mengambil berbagai keputusannya secara mandiri. Jumlah modal yang diperlukan juga biasanya relatif kecil dan hanya dari beberapa sumber saja. Karena permodalan relatif kecil dan dikelola secara mandiri, maka daerah operasinya juga adalah lokal, majikan dan karyawan tinggal dalam suatu daerah yang sama, bahan baku lokal, dan pemasarannya pun hanya pada lokasi/daerah tertentu. Akan tetapi, secara keseluruhan merupakan sektor yang mampu menyerap tenaga kerja lokal yang cukup besar dan tersebar.

Komisi untuk Perkembangan Ekonomi (*Commity for Economic Development-CED*),

mengemukakan kriteria usaha kecil sebagai berikut :

- 1) Manajemen berdiri sendiri, manajer adalah pemilik.
- 2) Modal disediakan oleh pemilik atau sekelompok kecil.
- 3) Daerah operasi bersifat lokal.
- 4) Ukuran dalam keseluruhan relatif kecil.

C. Kekuatan dan kelemahan Usaha Kecil

Bebenapa kekuatan usaha kecil antara lain :

- 1) *Memiliki kebebasan untuk bertindak.* Bila ada perubahan, misalnya perubahan produk baru, teknologi baru, dan perubahan mesin baru, usaha kecil bisa bertindak dengan cepat untuk menyesuaikan dengan keadaan yang berubah tersebut. Sedangkan, pada perusahaan besar, tindakan cepat tersebut susah dilakukan.
- 2) *Fleksibel.* Perusahaan kecil sangat luwes, ia dapat menyesuaikan dengan kebutuhan setempat. Bahan baku, tenaga kerja, dan pemasaran produk usaha kecil pada umumnya menggunakan sumber-sumber setempat yang bersifat lokal. Beberapa perusahaan kecil di antaranya menggunakan bahan baku dan tenaga kerja bukan lokal yaitu mendatangkan dari daerah lain atau impor.
- 3) *Tidak mudah goncang.* Karena bahan baku dan sumberdaya lainnya kebanyakan lokal, maka perusahaan kecil tidak rentan terhadap fluktuasi bahan baku impor. Bahkan bila bahan baku impor sangat mahal sebagai akibat tingginya nilai mata uang asing, maka kenaikan mata uang asing tersebut dapat dijadikan peluang dengan

memproduksi barang-barang untuk keperluan ekspor.

Sedangkan kelemahan perusahaan kecil dikategorikan dalam dua aspek, yaitu :

- 1) *Aspek kelemahan struktural*. Kelemahan dalam struktur perusahaan misalnya kelemahan dalam bidang manajemen dan organisasi, kelemahan dalam pengendalian mutu, kelemahan dalam mengadopsi dan penguasaan teknologi, kesulitan mencari permodalan, tenaga kerja masih lokal, dan terbatasnya akses pasar. Kelemahan faktor struktural yang satu saling terkait dengan faktor yang lain kemudian membentuk lingkaran ketergantungan yang tidak berujung pangkal dan membuat usaha kecil terdominasi dan rentan.

Secara struktural, salah satu kelemahan usaha kecil yang paling menonjol adalah kurangnya permodalan. Akibatnya terjadi ketergantungan pada kekuatan pemilik modal. Karena pemilik modal juga lebih menguasai sumber-sumber bahan baku dan dapat mengusahakan bahan baku, maka pengusaha kecil memiliki ketergantungan pada pemilik modal yang sekaligus penguasa bahan baku. Akibat dan ketergantungan tersebut, otomatis harga jual produk yang dihasilkan usaha kecil secara tidak langsung ditentukan oleh penguasa pasar dan pemilik modal, maka terjadilah pasar monopsoni.

Dengan kondisi ini, maka batas keuntungan pengusaha kecil ditentukan oleh batas harga jual produk dan batas harga beli bahan baku. Terjadilah repatriasi keuntungan yang mengakibatkan permodalan usaha kecil

jumlahnya tetap kecil. Kondisi tersebut mengakibatkan ketengantungan pengusaha kecil yang menjadi buruh pada perusahaan sendiri dengan upah yang ditentukan oleh batas keuntungan dari pemilik modal sekaligus penguasa pasar dan penguasa sumber-sumber bahan baku.



Gambar ... Lingkaran Ketergantungan Usaha Kecil

- 2) *Aspek kelemahan Kultural.* Kelemahan kultural mengakibatkan kelemahan struktural. Kelemahan kultural mengakibatkan kurangnya akses informasi dan lemahnya berbagai persyaratan lain guna memperoleh akses permodalan, pemasaran, dan bahan baku, seperti :

- Informasi peluang dan cara memasarkan produk.
- Informasi untuk mendapatkan bahan baku yang baik, murah, dan mudah didapat.

- Informasi untuk memperoleh fasilitas dan bantuan pengusaha besar dalam menjalin hubungan kemitraan.
- Informasi tentang tata cara pengembangan produk, baik desain, kualitas, maupun kemasannya.
- Informasi untuk menambah sumber permodalan dengan persyaratan yang terjangkau.

D. Pengembangan Usaha Kecil

Banyak konsep yang dikemukakan oleh para ahli ekonomi dan manajemen modern tentang cara meraih keberhasilan usaha kecil dalam mempertahankan eksistensinya secara dinamis. Dalam berbagai konsep strategi bersaing dikemukakan bahwa keberhasilan suatu perusahaan sangat tergantung pada kemampuan internal. Untuk menghadapi kondisi jangka panjang dan dinamis, perusahaan harus dikembangkan melalui strategi yang berbasis pada pengembangan sumber daya internal secara superior (*internal resource-based strategy*) untuk menciptakan kompetensi inti (*core competency*).

Dalam menghadapi krisis ekonomi nasional seperti sekarang ini, baik *teori dynamic strategy* maupun *teori resource-based strategy* sangat relevan bila khusus diterapkan dalam pemberdayaan usaha kecil. Menurut teori *resources-based strategy*, agar perusahaan meraih keuntungan secara terus-menerus, maka perusahaan harus mengutamakan kapabilitas internal yang superior, yang tidak

transparan, sukar ditiru atau dialihkan oleh pesaing dan memberi daya saing jangka panjang (futuristik) yang kuat dan melebihi tuntutan masa kini di pasar dan dalam situasi eksternal yang bergejolak.

Agar perusahaan kecil berhasil *take off*, maka harus ada usaha khusus yang diarahkan untuk *survival, consolidation, control, planning, dan expectation*. Dalam tahapan ini diperlukan penguasaan manajemen, yaitu mengubah pemilik sebagai pengusaha (*owners as businessman*) yang merekrut tenaga dan diberi wewenang secara jelas. Perubahan yang dilakukan, yaitu : bidang pemasaran harus mengubah *getting customer* menjadi *improve competitive situation*, bidang keuangan tahap *cash flow* berubah menjadi tahap *tighten financial control, improve margin, and control cost*, dan bidang pendanaan usaha kecil harus sudah *ventura capital*.

Menurut teori *the design school*, perusahaan harus mendesain strategi perusahaan yang *'fit'* antara peluang dan ancaman eksternal dengan kemampuan internal yang memadai yang didukung dengan menumbuhkan kapabilitas inti (*core competency*) yang merupakan kompetensi khusus (*distinctive competency*) dan pengelolaan sumber daya perusahaan.

Dalam konteks persaingan bebas yang semakin dinamis seperti sekarang, perusahaan harus menekankan pada strategi pengembangan kompetensi inti (*building core competency*), yaitu pengetahuan dan keunikan untuk menciptakan keunggulan. Keunggulan tersebut dapat diciptakan melalui "*The New 7-S' strategy (The New 7-S's)*", yaitu :

1. *Superior stakeholder satisfaction*, yaitu mengutamakan kepuasan stakeholder.

2. *Strategic sooth saying*, yaitu merancang strategi yang membuat kejutan atau yang mencengangkan.
3. *Position for speed*, yaitu posisi untuk mengutamakan kecepatan.
4. *Position for surprise*, yaitu posisi untuk membuat kejutan.
5. *Shifting the role of the game*, yaitu strategi untuk mengadakan perubahan/pergeseran peran yang dimainkan.
6. *Signaling strategic intent*, yaitu mengindikasikan tujuan dan strategi.
7. *Simultaneous and sequential strategic thrusts*, yaitu membuat rangkaian penggerak/pendorong strategi secara simultan dan berurutan.

Berdasarkan pandangan para ahli di atas, jelaslah bahwa kelangsungan hidup perusahaan, baik kecil maupun besar pada umumnya sangat tergantung pada strategi manajemen perusahaan dalam memberdayakan sumberdaya internalnya.

BAB. XII

ETIKA BISNIS

A. Pengertian Etika Bisnis

Etika merupakan ilmu yang mendalami standar moral perorangan dan standar moral masyarakat. Ia mempertanyakan bagaimana standar-standar diaplikasikan dalam kehidupan kita dan apakah standar itu masuk akal atau tidak masuk akal, yaitu apakah didukung dengan penalaran yang bagus atau jelek.

Etika merupakan penelaahan standar moral, proses pemeriksaan standar moral orang atau masyarakat untuk menentukan apakah standar

tersebut masuk akal atau tidak untuk diterapkan dalam situasi dan permasalahan konkrit. Tujuan akhir standar moral adalah mengembangkan bangunan standar moral yang kita rasa masuk akal untuk dianut.

Etika merupakan studi standar moral yang tujuan eksplisitnya adalah menentukan standar yang benar atau yang didukung oleh penalaran yang baik, dan dengan demikian etika mencoba mencapai kesimpulan tentang moral yang benar benar dan salah, dan moral yang baik dan jahat.

Etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis.

Etika bisnis merupakan studi standar formal dan bagaimana standar itu diterapkan ke dalam system dan organisasi yang digunakan masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa dan diterapkan kepada orang-orang yang ada di dalam organisasi

Jadi etika bisnis adalah suatu kode etik perilaku pengusaha berdasarkan nilai-nilai moral dan norma yang dijadikan tuntunan dalam berusaha dan memecahkan persoalan-persoalan yang dihadapi.

Etika Bisnis merupakan masalah yang sangat sensitif dan kompleks, karena membangun etika untuk mempertahankan reputasi (goodwill) lebih sukar daripada menghancurkannya.

B. Pentingnya Etika Bisnis

Etika bisnis sangat penting untuk mempertahankan loyalitas stakeholder dalam membuat keputusan-keputusan perusahaan dan dalam memecahkan persoalan perusahaan. Hal ini di sebabkan semua keputusan perusahaan sangat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh stake holder. Stakeholder adalah semua individu atau kelompok yang berkepentingan dan berpengaruh pada keputusan-keputusan perusahaan. Ada dua jenis stakeholder syang mempengaruhi keputusan perusahaan yaitu : pertama, internal stakeholders yakni investor, kariawan, manajemen, dan pimpinan perusahaan. Dan ang kedua, eksternal stakeholders yakni pelanggan, asosiasi dagang, kreditor, pemasok, pemerintah, masyarakat umum, dan kelompok khusus yang berkepentingan terhadap perusahaan. Siapa saja stakeholder perusahaan:

1. Para pengusaha dan mitra usaha

Para pengusaha, selain berfungsi sebagai pesaing, mereka juga berperan sebagai mitra. Dalam hal ini para pengusaha merupakan relasi usaha yang dapat bekerja sama dalam menyediakan informasi atau sumber peluang. Loyalitas mitra usaha akan sangat tergan- tung pada kepuasan yang diterima dari perusahaan Hand out Kewirausahaan

2. Petani dan perusahaan pemasok bahan baku

Petani dan perusahaan berperan sebagai penyedia bahan baku. Pasokan bahan baku yang kurang bermutu dan pasokan yang lambat dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Oleh sebab itu, keputusan untuk

menentukan kualitas barang dan jasa sangat tergantung pada pemasok bahan baku. Loyalitas petani penghasil bahan baku sangat tergantung pada tingkat kepuasan yang diterima dari perusahaan dalam menentukan keputusan harga jual bahan baku maupun dalam bentuk insentif.

3. Organisasi pekerja yang mewakili pekerja
Organisasi pekerja dapat mempengaruhi keputusan melalui proses tawar-menawar secara kolektif. Perusahaan yang tidak melibatkan karyawan/organisasi pekerja dalam mengambil keputusan sering menimbulkan protes-protes yang mengganggu jalannya perusahaan.

4. Pemerintah yang mengatur kelancaran aktivitas usaha

Pemerintah dapat mengatur kelancaran aktivitas usaha melalui serangkaian kebijakan yang dibuatnya, karena kebijakan yang dibuat pemerintah akan sangat berpengaruh terhadap iklim usaha.

5. Bank penyangga dana perusahaan

Bank selain sebagai jantungnya perekonomian dalam skala makro, juga sebagai lembaga yang dapat menyediakan dana perusahaan.

6. Investor penanam modal

Investor penyangga dana dapat mempengaruhi perusahaan melalui serangkaian persyaratan yang diajukannya. Persyaratan tersebut akan mengikat dan sangat besar pengaruhnya dalam pengambilan

keputusan. Loyalitas investor sangat tergantung pada tingkat kepuasan investor atas hasil penanaman modalnya.

7. Masyarakat umum yang dilayani

Masyarakat akan selalu menanggapi dan memberikan informasi tentang bisnis yang kita jalankan. Dalam hal ini masyarakat juga merupakan konsumen yang akan menentukan keputusan-keputusan perusahaan dalam menentukan produk barang dan jasa yang dihasilkan dan juga teknik yang digunakan.

8. Pelanggan yang membeli produk

Barang dan jasa yang akan dihasilkan, teknologi yang digunakan akan sangat dipengaruhi oleh pelanggan dan mempengaruhi keputusan-keputusan bisnis.

Dengan demikian etika bisnis merupakan landasan penting dan harus diperhatikan, terutama dalam menciptakan dan melindungi reputasi perusahaan. Oleh sebab itu, etika bisnis merupakan masalah yang sangat sensitif dan kompleks, karena membangun etika untuk mempertahankan reputasi lebih sukar daripada menghancurkannya.

C. Prinsip-Prinsip Etika dan Perilaku Bisnis

Adapun prinsip-prinsip etika yang mengarahkan perilaku bisnis yaitu :

1. kejujuran, yaitu penuh kepercayaan, bersifat jujur, sungguh-sungguh, terus terang, tidak curang, tidak mencuri, tidak menggelapkan, tidak berbohong. Sebagaimana firman Allah dalam QS: Al-Ahzab ; 70

﴿سَدِيدًا قَوْلًا وَفُؤُولًا ٱللَّهُ ٱتَّقُواْ ءَٰمَنُوْٱللَّ ۚ ۚ﴾

artinya :

wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar

Sebagian dari makna kejujuran adalah seorang pengusaha senantiasa terbuka dan transparan dalam jual belinya. "Tetapkanlah kejujuran karena sesungguhnya kejujuran mengantarkan kepada kebaikan dan sesungguhnya kebaikan mengantarkan kepada surga" (Hadits).

2. Integritas, yaitu memegang prinsip, melakukan kegiatan dengan hormat, tulus hati, berani dan penug pendirian/keyakinan, tidak bermuka dua, tidak berbuat jahat dan saling percaya.
3. Memelihara janji, yaitu selalu menaati janji, patut dipercaya, penuh komitmen, jangan mengintepretasikan persetujuan dalam bentuk teknikal atau legalistik dengan dalih ketidakrelaan. Sesuai dengan firman Allah dalam QS: Al-Maidah ayat 1

“الَّذِينَ هُمْ عَنْ صَلَاتِهِمْ سَاهَوْنَ لَا يُؤْمِنُونَ أُولَٰئِكَ هُمُ الرَّاغِبُونَ إِلَىٰ الْحَرْبِ يُخَالِفُونَ بِأَمْوَالِهِمْ لِمَا يُنَافِقُونَ دُونَ مَا جَاءَهُمْ بِبَيِّنَاتٍ مِنَ اللَّهِ يُؤْمِنُونَ أَفَلَا تَعْلَمُونَ أَنَّمَا الْمُضَرَّبُونَ عَلَىٰ أَمْوَالِهِمْ جَزَاءُ بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ ۚ فَمَن يَتَّقِ اللَّهَ يَجْعَل لِّهُ مَخْرَجًا ۚ وَمَن يَتَّقِ اللَّهَ يَجْعَل لِّهُ رِزْقًا وَسِعًا ۖ كَمِثْلِ بِرِّهِ ۚ وَاللَّهُ بَصِيرٌ ۚ



Artinya : hai orang-orang yang beriman! Penuhilah akad-akad itu

4. Kesetiaan, yaitu hormat dan loyal kepada keluarga, teman, karyawan dan Negara, jangan menggunakan atau memperlihatkan informasi yang diperoleh dalam kerahasiaan, behitu juga dalam konteks professional, jaga/melindungi

- kemampuan untuk membuat keputusan profesional yang bebas dan teliti, hindari hal yang tidak pantas dan konflik kepentingan
5. Kewajaran/keadilan, yaitu berlaku adil dan berbudi luhur, bersedia untuk mengakui kesalahan, dan perlihatkan komitmen keadilan, persamaan perlakuan individual dan toleran terhadap perbedaan, jangan bertindak melampaui batas atau mengambil keuntungan yang tidak pantas dari kesalahan atau kemalangan orang lain.
 6. Suka membantu orang lain, yaitu saling membantu, berbaik hati, belas kasihan, tolong-menolong, kebersamaan, dan menghindari segala sesuatu yang membahayakan orang lain.
 7. Hormat kepada orang lain, yaitu menghormati martabat manusia, menghormati kebebasan dan hak untuk menentukan nasib sendiri bagi semua orang, bersopan santun, jangan merendahkan orang lain, jangan mempermalukan orang lain.
 8. Warga Negara yang bertanggung jawab, yaitu selalu menaati hukum/aturan, penuh kesadaran sosial, menghormati proses demokrasi dalam mengambil keputusan.
 9. Mengejar keunggulan, yaitu mengejar keunggulan dalam segala hal, baik dalam pertemuan personal maupun pertanggungjawaban profesional, tekun, dapat dipercaya/diandalkan, rajin penuh komitmen, melakukan semua tugas dengan kemampuan terbaik, mengembangkan dan mempertahankan tingkat kompetensi yang tinggi.

10. Dapat dipertanggungjawabkan, yaitu memiliki tanggung jawab, menerima tanggung jawab atas keputusan dan konsekuensinya, dan selalu memberi contoh.

Tanggung Jawab Perusahaan

Etika akan sangat berpengaruh pada tingkah laku individual, dalam hal ini tanggung jawab sosial mencoba untuk menjembatani komitmen individu dan kelompok dalam suatu lingkungan sosial. Tanggung jawab perusahaan, meliputi:

1. Tanggung jawab terhadap lingkungan

Perusahaan harus ramah lingkungan, artinya perusahaan harus memperhatikan, melestarikan dan menjaga lingkungan. Misalnya : tidak membuang limbah yang mencemari lingkungan, berusaha mendaur ulang limbah yang merusak lingkungan, menjalin komunikasi dengan kelompok masyarakat yang ada di lingkungan sekitarnya.

2. Tanggung jawab terhadap karyawan

Semua aktivitas sumber daya manusia diarahkan pada tanggung jawab kepada karyawan, dengan cara:

- Mendengarkan dan menghormati pendapat karyawan
- Memberikan umpan balik, baik yang positif maupun negatif
- Menceritakan kepada karyawan tentang kepercayaan
- Membiarkan karyawan mengetahui keadaan perusahaan yang sebenarnya
- Memberikan imbalan kepada karyawan dengan baik

- Memberikan kepercayaan kepada karyawan
3. Tanggung jawab terhadap pelanggan
Tanggung jawab perusahaan kepada pelanggan, meliputi dua kategori, yaitu: menyediakan barang dan jasa yang berkualitas dan memberikan harga produk yang wajar dan adil. Selain itu, perusahaan juga harus melindungi hak-hak pelanggan, yaitu:
 - Hak untuk mendapatkan produk yang aman
 - Hak untuk mendapatkan informasi tentang segala aspek
 - Hak untuk didengar
 - Hak untuk memilih apa yang akan dibeli
 4. Tanggung jawab terhadap investor
Tanggung jawab berupa menyediakan pengembalian investasi yang menarik dengan memaksimalkan laba dan melaporkan kinerja keuangan seakurat dan setepat mungkin.
 5. Tanggung jawab terhadap masyarakat
Tanggung jawab berupa menyediakan dan menciptakan kesehatan dan menyediakan berbagai kontribusi terhadap masyarakat yang berada di sekitar lokasi perusahaan.

CONTOH PELANGGARAN ETIKA BISNIS

- ❖ Pelanggaran etika bisnis terhadap hukum
Sebuah perusahaan X karena kondisi perusahaan yang pailit akhirnya memutuskan untuk melakukan PHK

kepada karyawannya. Namun dalam melakukan PHK itu, perusahaan sama sekali tidak memberikan pesongan sebagaimana yang diatur dalam UU No. 13/2003 tentang Ketenagakerjaan. Dalam kasus ini perusahaan x dapat dikatakan melanggar prinsip kepatuhan terhadap hukum.

❖ Pelanggaran etika bisnis terhadap transparansi

Sebuah Yayasan X menyelenggarakan pendidikan setingkat SMA. Pada tahun ajaran baru sekolah mengenakan biaya sebesar Rp 500.000,- kepada setiap siswa baru. Pungutan sekolah ini sama sekali tidak diinformasikan kepada mereka saat akan mendaftar, sehingga setelah diterima mau tidak mau mereka harus membayar. Disamping itu tidak ada informasi maupun penjelasan resmi tentang penggunaan uang itu kepada wali murid. Setelah didesak oleh banyak pihak, Yayasan baru memberikan informasi bahwa uang itu dipergunakan untuk pembelian seragam guru. Dalam kasus ini, pihak Yayasan dan sekolah dapat dikategorikan melanggar prinsip transparansi

❖ Pelanggaran etika bisnis terhadap prinsip kejujuran

Sebuah perusahaan pengembang di Sleman membuat kesepakatan dengan sebuah perusahaan kontraktor untuk membangun sebuah perumahan. Sesuai

dengan kesepakatan pihak pengembang memberikan spesifikasi bangunan kepada kontraktor. Namun dalam pelaksanaannya, perusahaan kontraktor melakukan penurunan kualitas spesifikasi bangunan tanpa sepengetahuan perusahaan pengembang. Selang beberapa bulan kondisi bangunan sudah mengalami kerusakan serius. Dalam kasus ini pihak perusahaan kontraktor dapat dikatakan telah melanggar prinsip kejujuran karena tidak memenuhi spesifikasi bangunan yang telah disepakati bersama dengan perusahaan pengembang

D. ETIKA BISNIS YANG ISLAMI

Rasulullah Saw, sangat banyak memberikan petunjuk mengenai etika bisnis, di antaranya ialah: Pertama, bahwa prinsip esensial dalam bisnis adalah kejujuran. Dalam doktrin Islam, kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis. Rasulullah sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Dalam tataran ini, beliau bersabda: “Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya” (H.R. Al-Quzwani). Rasulullah sendiri selalu bersikap jujur dalam berbisnis. Beliau melarang para pedagang meletakkan barang busuk di sebelah bawah dan barang baru di bagian atas.

Kedua, kesadaran tentang signifikansi sosial kegiatan bisnis. Pelaku bisnis menurut Islam, tidak hanya sekedar mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, sebagaimana yang diajarkan Bapak

ekonomi kapitalis, Adam Smith, tetapi juga berorientasi kepada sikap ta'awun (menolong orang lain) sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis. Tegasnya, berbisnis, bukan mencari untung material semata, tetapi didasari kesadaran memberi kemudahan bagi orang lain dengan menjual barang.

Ketiga, tidak melakukan sumpah palsu. Nabi Muhammad saw sangat intens melarang para pelaku bisnis melakukan sumpah palsu dalam melakukan transaksi bisnis. Dalam sebuah hadis riwayat Bukhari, Nabi bersabda, "Dengan melakukan sumpah palsu, barang-barang memang terjual, tetapi hasilnya tidak berkah". Dalam hadis riwayat Abu Zar, Rasulullah saw mengancam dengan azab yang pedih bagi orang yang bersumpah palsu dalam bisnis, dan Allah tidak akan memperdulikannya nanti di hari kiamat (H.R Muslim). Praktek sumpah palsu dalam kegiatan bisnis saat ini sering dilakukan, karena dapat meyakinkan pembeli, dan pada gilirannya meningkatkan daya beli atau pemasaran. Namun, harus disadari, bahwa meskipun keuntungan yang diperoleh berlimpah, tetapi hasilnya tidak berkah.

Keempat, ramah-tamah. Seorang palaku bisnis, harus bersikap ramah dalam melakukan bisnis. Nabi Muhammad Saw mengatakan, "Allah merahmati seseorang yang ramah dan toleran dalam berbisnis" (H.R. Bukhari dan Tarmizi).

Kelima, tidak boleh berpura-pura menawarkan dengan harga tinggi, agar orang lain tertarik membeli dengan harga tersebut. Sabda Nabi Muhammad, "Janganlah kalian melakukan bisnis najsy'a (seorang pembeli tertentu, berkolusi dengan

penjual untuk menaikkan harga, bukan dengan niat untuk membeli, tetapi agar menarik orang lain untuk membeli).

Keenam, tidak boleh menjelekkan bisnis orang lain, agar orang membeli kepadanya.

Nabi Muhammad Saw bersabda, “Janganlah seseorang di antara kalian menjual dengan maksud untuk menjelekkan apa yang dijual oleh orang lain” (H.R. Muttafaq ‘alaih).

Ketujuh, tidak melakukan ihtikar. Ihtikar ialah (menumpuk dan menyimpan barang dalam masa tertentu, dengan tujuan agar harganya suatu saat menjadi naik dan keuntungan besar pun diperoleh). Rasulullah melarang keras perilaku bisnis semacam itu.

Kedelapan, takaran, ukuran dan timbangan yang benar. Dalam perdagangan, timbangan yang benar dan tepat harus benar-benar diutamakan. Firman Allah: “Celakalah bagi orang yang curang, yaitu orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi” (QS. 83: 112).

Kesembilan, Bisnis tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah. Firman Allah, “Orang yang tidak dilalaikan oleh bisnis lantaran mengingat Allah, dan dari mendirikan shalat dan membayar zakat. Mereka takut kepada suatu hari yang hari itu, hati dan penglihatan menjadi goncang”.

Kesepuluh, membayar upah sebelum kering keringat karyawan. Nabi Muhammad Saw bersabda, “Berikanlah upah kepada karyawan, sebelum kering keringatnya”. Hadist ini

mengindikasikan bahwa pembayaran upah tidak boleh ditunda-tunda. Pembayaran upah harus sesuai dengan kerja yang dilakukan.

Kesebelas, tidak monopoli. Salah satu keburukan sistem ekonomi kapitalis ialah melegitimasi monopoli dan oligopoli. Contoh yang sederhana adalah eksploitasi (penguasaan) individu tertentu atas hak milik sosial, seperti air, udara dan tanah dan kandungan isinya seperti barang tambang dan mineral. Individu tersebut mengeruk keuntungan secara pribadi, tanpa memberi kesempatan kepada orang lain. Ini dilarang dalam Islam.

Keduabelas, tidak boleh melakukan bisnis dalam kondisi eksisnya bahaya (mudharat) yang dapat merugikan dan merusak kehidupan individu dan sosial. Misalnya, larangan melakukan bisnis senjata di saat terjadi chaos (kekacauan) politik. Tidak boleh menjual barang halal, seperti anggur kepada produsen minuman keras, karena ia diduga keras, mengolahnnya menjadi miras. Semua bentuk bisnis tersebut dilarang Islam karena dapat merusak esensi hubungan sosial yang justru harus dijaga dan diperhatikan secara cermat.

Ketigabelas, komoditi bisnis yang dijual adalah barang yang suci dan halal, bukan barang yang haram, seperti babi, anjing, minuman keras, ekstasi, dsb. Nabi Muhammad Saw bersabda, "Sesungguhnya Allah mengharamkan bisnis miras, bangkai, babi dan "patung-patung" (H.R. Jabir).

Keempatbelas, bisnis dilakukan dengan suka rela, tanpa paksaan. Firman Allah, "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling

memakan harta sesamamu dengan cara yang batil, kecuali dengan jalan bisnis yang berlaku dengan suka-sama suka di antara kamu” (QS. 4: 29).

Kelimabelas, Segera melunasi kredit yang menjadi kewajibannya. Rasulullah memuji seorang muslim yang memiliki perhatian serius dalam pelunasan hutangnya. Sabda Nabi Saw, “Sebaik-baik kamu, adalah orang yang paling segera membayar hutangnya” (H.R. Hakim).

Keenambelas, Memberi tenggang waktu apabila pengutang (kreditor) belum mampu membayar. Sabda Nabi Saw, “Barang siapa yang menangguk orang yang kesulitan membayar hutang atau membebaskannya, Allah akan memberinya naungan di bawah naunganNya pada hari yang tak ada naungan kecuali naungan-Nya” (H.R. Muslim).

Ketujuhbelas, bahwa bisnis yang dilaksanakan bersih dari unsur riba. Firman Allah, “Hai orang-orang yang beriman, tinggalkanlah sisa-sisa riba jika kamu beriman (QS. alBaqarah:: 278) Pelaku dan pemakan riba dinilai Allah sebagai orang yang kesetanan (QS. 2: 275). Oleh karena itu Allah dan Rasulnya mengumumkan perang terhadap riba.

BAB. XIII

KOMPETENSI INTI DAN STRATEGI BERSAING DALAM KEWIRAUSAHAAN

A. Kompetensi Inti Kewirausahaan

Menurut Collin Montgomery (1998 : 5), **strategi perusahaan** adalah cara-cara perusahaan menciptakan nilai melalui konfigurasi dan koordinasi aktivitas multipemasaran.

Meskipun dalam manajemen perusahaan modern seperti sekarang ini telah terjadi pergeseran strategi, yaitu dari strategi memaksimalkan keuntungan pemegang saham (mencari laba perusahaan) menjadi memaksimalkan keuntungan bagi semua yang berkepentingan dalam perusahaan (*stakeholder*), yaitu individu atau kelompok yang memiliki kepentingan dalam kegiatan perusahaan, seperti karyawan, manajemen, pembeli, masyarakat, pemasok, distributor dan pemerintah. Akan tetapi, konsep laba tidak bisa dikesampingkan dan merupakan alat yang penting bagi perusahaan untuk menciptakan manfaat bagi para pemilik kepentingan.

Salah satu **tugas manajemen strategis** adalah menciptakan laba yang bisa dipergunakan sebagai sumber dana untuk investasi dan meningkatkan manfaat bagi pemilik kepentingan.

Menurut Albert Widjaja (1993), laba perusahaan masih merupakan tujuan yang kritis bagi perusahaan dan menjadi ukuran keberhasilan, tetapi bukan tujuan akhir dari suatu perusahaan.

Perusahaan bisa memperoleh keuntungan bila :

- Memiliki keunggulan yang unik
- Tercipta dari penemuan yang dilakukan para wirausaha
- Dihasilkan dari proses kreatif yang dinamis
- Menciptakan daya saing khusus

Menurut teori strategi dinamis dari Porter (1991), suatu perusahaan dapat mencapai keberhasilan bila tiga kondisi dipenuhi, yaitu:

Pertama, tujuan perusahaan dan kebijakan fungsi-fungsi manajemen (seperti produksi dan pemasaran) harus secara kolektif memperlihatkan posisi terkuat di pasar.

Kedua, tujuan dan kebijakan tersebut ditumbuhkan berdasarkan kekuatan perusahaan, serta diperbaharui terus (dinamis) sesuai dengan perubahan peluang dan ancaman lingkungan eksternal.

Ketiga, perusahaan harus memiliki dan menggali kompetensi khusus sebagai pendorong untuk menjalankan perusahaan, misalnya dengan “reputasi merek” dan biaya produksi yang rendah. Bila kompetensi khusus ini tidak diubah, maka tingkat keuntungan perusahaan bisa menurun.

Oleh sebab itu, menurut Mintzberg (1990) dalam teori “*design school*”, perusahaan harus mendesain strategi perusahaan yang cocok antara peluang dan ancaman eksternal dengan kemampuan internal yang memadai dan berpedoman pada pilihan alternatif dari “strategi besar” (*grand strategy*), kemudian didukung dengan menumbuhkan kapabilitas inti yang merupakan kompetensi khusus dari pengelolaan sumber daya perusahaan.

Gery Hamel dan C.K. Prahalad dalam karyanya "*Competing for The Future*" (1994), mengemukakan beberapa definisi kompetensi inti (*core competency*) sebagai berikut:

1. Kompetensi inti menggambarkan kemampuan kepemimpinan dalam serangkaian produk atau jasa.
2. Kompetensi adalah sekumpulan keterampilan dan teknologi yang dimiliki perusahaan untuk dapat bersaing.
3. Kompetensi inti adalah keterampilan yang memungkinkan perusahaan memberikan manfaat fundamental kepada pelanggan.
4. Sumber-sumber kompetensi secara kompetitif merupakan suatu keunikan bersaing dan memberikan kontribusi terhadap nilai dan biaya konsumen.

Menurut Mahoney dan Pandian (1992), untuk menghadapi persaingan yang semakin kompleks dan krisis eksternal, perusahaan kecil dapat menggunakan teori "strategi berbasis sumber daya" (*resource-based strategy*). Teori ini mengutamakan pengembangan kapabilitas internal yang unggul, tidak transparan, sukar ditiru oleh pesaing, memberi daya saing jangka panjang yang melebihi tuntutan pasar saat ini, dan kebal terhadap resesi.

Menurut teori ini, perusahaan dapat meraih keuntungan melalui penggunaan sumber daya yang lebih baik, yaitu dengan:

1. Pola organisasi dan administrasi yang baik
2. Perpaduan aset fisik berwujud seperti sumber daya manusia dan alam, serta aset tidak berwujud seperti kebiasaan berfikir kreatif (Penrose, 1995) dan keterampilan manajerial.
3. Budaya perusahaan
4. Proses kerja dan penyesuaian yang cepat atas tuntutan baru.

Menurut Grant (1991) yang dikutip oleh Albert Wijaya (1994), terdapat beberapa langkah yang dapat digunakan untuk mengembangkan strategi berbasis sumber daya, diantaranya:

1. Mengidentifikasi dan mengklasifikasi sumber daya.
Sumber daya tersebut berupa :

- a) Teknologi
- b) Kapabilitas karyawan
- c) Paten dan merek
- d) Kemampuan keuangan
- e) Kecanggihan pemasaran
- f) Pelayanan pelanggan

2. Mengidentifikasikan dan mengevaluasi kemampuan atau kapabilitas. Kapabilitas diartikan sebagai apa yang dapat dilakukan oleh perusahaan melalui kerja sama tim (bukan perorangan) untuk mengembangkan berbagai sumber daya yang dimiliki perusahaan. Kapabilitas tersebut mengintegrasikan ide baru, keterampilan, dan pengetahuan lain yang menjadi kunci berpikir kreatif.

3. Menyortir dan mengembangkan kapabilitas untuk diterapkan di pasar guna mencapai keuntungan tinggi secara berkesinambungan yang sulit ditiru atau disaingi. Pada tahap ini, kapabilitas harus dipelihara dalam hal:

- a. Daya tahan, yaitu perlu untuk terus diperbarui atau dimodifikasi dengan mencari pengetahuan dan ide-ide baru.
- b. Tidak boleh transparan, yaitu dengan mengembangkan kapabilitas yang beragam dan tidak menggantungkan salah satu sumber kapabilitas sehingga sulit diamati atau direkonstruksi oleh orang lain.

4. Memformulasikan strategi pengembangan sumber daya inti dan kapabilitas seefektif mungkin pada semua kegiatan manajemen.

. Strategi bersaing dalam Kewirausahaan

Dalam konsep strategi pemasaran terdapat istilah bauran pemasaran (marketing mix) yang dikenal dengan 4P. Dalam kewirausahaan, 4P tersebut ditambahkan satu P, yaitu probe (penelitian dan pengembangan) sehingga menjadi 5P. Probe selalu ditambahkan diawal sehingga urutan bauran pemasaran menjadi :

1.Probe (penelitian dan pengembangan)

Untuk melihat apakah penjualan sukses atau gagal hendaknya kita harus memasang target penjualan. Target penjualan ini bisa ditentukan tiap hari, tiap minggu atau tiap bulan.

Toleransi untuk mengukur apakah penjualan kita baik atau tidak dapat dilakukan dengan angka pencapaian dalam Presentase, misalnya saja apabila penjualan dibawah 65% maka kita anggap gagal. Namun demikian pada tahap awal kita tidak boleh memasang target terlalu optimis mengingat produk yang kita jual ini masih relatif baru sehingga belum banyak konsumen yang tahu dan minimnya bahan baku.

2.Product (barang dan jasa)

Produk merupakan elemen yang paling penting. sebab dengan inilah perusahaan berusaha untuk memenuhi "kebutuhan dan keinginan" dari konsumen. namun keputusan itu tidak berdiri sebab produk/jasa sangat erat hubungannya dengan target market yang dipilih. Sedangkan sifat dari produk/jasa tersebut adalah sebagai berikut:

1. Tidak berwujud

Jasa mempunyai sifat tidak berwujud, karena tidak bisa dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium, sebelum ada transaksi pembelian.

2. Tidak dapat dipisahkan

Suatu produk jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, apakah sumber itu merupakan orang atau benda. Misalnya jasa yang diberikan oleh sebuah hotel tidak akan bisa terlepas dari bangunan hotel tersebut.

3. Berubah-ubah

bidang jasa sesungguhnya sangat mudah berubah-ubah, sebab jasa ini sangat tergantung kepada siapa yang menyajikan, kapan disajikan dan dimana disajikan. Misalnya jasa yang diberikan oleh sebuah hotel berbintang satu akan berbeda dengan jasa yang diberikan oleh hotel berbintang tiga.

4. Jasa tidak dapat disimpan.

Seorang pelanggan yang telah memesan sebuah kamar hotel akan dikenakan biaya sewa, walaupun pelanggan tersebut tidak menempati kamar yang ia sewa.

3.Price (harga)

Harga suatu produk atau jasa ditentukan pula dari besarnya pengorbanan yang dilakukan untuk menghasilkan jasa tersebut dan laba atau keuntungan yang diharapkan. Oleh karena itu, penetapan harga produk dari suatu perusahaan merupakan masalah yang cukup penting, karena dapat mempengaruhi hidup matinya serta laba dari perusahaan.

Dalam penetapan harga, biasanya didasarkan pada suatu kombinasi barang/jasa ditambah dengan beberapa jasa lain serta keuntungan yang memuaskan. Berdasarkan harga yang ditetapkan ini konsumen akan mengambil keputusan apakah dia membeli barang tersebut atau tidak. Juga konsumen menetapkan berapa jumlah barang/jasa yang harus dibeli berdasarkan harga tersebut.

Hendaknya setiap perusahaan dapat menetapkan harga yang paling tepat, dalam arti yang dapat memberikan keuntungan yang paling baik, baik untuk jangka pendek maupun untuk jangka panjang.

. "Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba" (QS Al Baqarah ayat 275).

Jadi keterkaitan dari ayat diatas bahwa saja janganlah sebuah perusahaan menetapkan harga yang terlalu tinggi dengan tujuan memperoleh keuntungan yang terlalu banyak sehingga merugikan konsumen, itu sama saja dengan riba, makanya perusahaan harus memberikan kepuasan kepada konsumen agar sama-sama menguntungkan.

4.Place (tempat)

Yang tidak boleh diabaikan dalam langkah kegiatan memperlancar arus barang/jasa adalah memilih saluran distribusi (Channel Of Distribution). Masalah pemilihan saluran distribusi adalah masalah yang berpengaruh bagi marketing, karena kesalahan dalam memilih dapat menghambat bahkan memacetkan usaha penyaluran produk/jasa dari produsen ke konsumen.

perpindahan bukan hanya secara fisik tapi dalam arti agar jasa-jasa tersebut dapat diterima oleh konsumen. Dalam memilih saluran distribusi ini ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu sebagai berikut:

- a. Sifat pasar dan lokasi pembeli
- b. Lembaga-lembaga pemasaran terutama pedagang-pedagang perantara
- c. Pengendalian persediaan, yaitu menetapkan tingkat persediaan yang ekonomis.
- d. Jaringan pengangkutan.

5.Promotion (promosi)

Aspek ini berhubungan dengan berbagai usaha untuk memberikan informasi pada pasar tentang produk/jasa yang dijual, tempat dan saatnya. Ada beberapa cara menyebarkan informasi ini, antara lain periklanan (advertising), penjualan pribadi (Personal Selling), Promosi penjualan (Sales Promotion) dan

Publisitas (Publicity)


Periklanan (Advertising): Merupakan alat utama bagi pengusaha untuk mempengaruhi konsumennya. Periklanan ini dapat dilakukan oleh pengusaha lewat surat kabar, radio, majalah, televisi dll.

Penjualan Pribadi (Personal selling): Merupakan kegiatan perusahaan untuk melakukan kontak langsung dengan calon konsumennya. Yang termasuk dalam personal selling adalah: *door to door selling*, *mail order*, *telephone selling*, dan *direct selling*.

Promosi Penjualan (Sales Promotion): Merupakan kegiatan perusahaan untuk menjajakan produk yang dipasarkan sedemikian rupa sehingga konsumen akan mudah untuk melihatnya dan bahkan dengan cara penempatan dan pengaturan tertentu, maka produk tersebut akan menarik perhatian konsumen.

Publisitas (Publicity): Publisitas merupakan suatu alat promosi yang mampu membentuk opini masyarakat secara tepat, sehingga sering disebut sebagai usaha untuk "mensosialisasikan" atau "memasyarakatkan".

Allah berfirman dalam QS:Al-Isra;35:

تَاوِيلًا وَأَحْسَنُ خَيْرٌ ذَلِكَ الْمُسْتَقِيمُ بِالْقِسْطِ وَسِوَاكُمْ إِذَا الْكَيْلَ وَأَوْفُوا 

"Dan sempurnakanlah takaran

ketika kamu menakar dan timbanglah dengan neraca yang benar". Nabi bersabda

"Apabila kamu menjual maka jangan menipu orang dengan kata-kata manis".

Jadi keterkaitan ayat diatas bahwa saja sebuah perusahaan harus bersifat jujur dari segi apapun, Dalam hal ini yang harus diperhatikan adalah tercapainya keseimbangan yang efektif, dengan mengkombinasikan komponen-komponen tersebut kedalam suatu strategi promosi yang terpadu untuk berkomunikasi dengan para pembeli dan para pembuat keputusan pembelian.

Dalam manajemen strategis yang baru, Mintzberg mengemukakan 5P yang sama artinya dengan strategi yaitu:

1. Strategi adalah Perencanaan

Konsep strategi tidak lepas dari aspek perencanaan, arahan atau acuan gerak langkah perusahaan untuk mencapai suatu tujuan di masa depan.

2. Strategi adalah Pola

Strategi adalah pola, yang selanjutnya disebut sebagai *intended strategy*, karena belum terlaksana dan berorientasi ke masa depan, atau disebut juga sebagai *realized strategy* karena telah dilakukan oleh perusahaan.

3. Strategi adalah Posisi

Artinya memosisikan produk tertentu ke pasar tertentu yang di tuju. Strategi menurut Mintzberg cenderung melihat ke bawah, yaitu ke suatu titik bidik dimana produk tertentu bertemu dengan pelanggan, dan melihat keluar yaitu meninjau berbagai aspek lingkungan eksternal.

4. Strategi adalah Perspektif

Strategi perspektif cenderung lebih melihat ke dalam, yaitu ke dalam organisasi, dan ke atas, yaitu melihat visi utama dari perusahaan.

5. Strategi adalah Permainan

Strategi adalah suatu manuver tertentu untuk memperdaya lawan atau pesaing.

Strategi bersaing bergantung pada besar dan posisi masing-masing perusahaan dalam pasar. Perusahaan besar mampu menerapkan strategi tertentu, yang jelas tidak bisa dilakukan oleh perusahaan kecil.

Sehubungan dengan besarnya usaha, maka dapat dibedakan menjadi empat kelompok usaha, yaitu:

1. Market leader menguasai 40% pasar

Ia merupakan perusahaan yang ditantang, ditiru, atau dijaui. Kehidupan pemimpin pasar sungguh tidaklah mudah, terkecuali bila perusahaan itu memang memiliki promosi resmi. Perusahaan yang dominan selalu ingin tetap menjadi nomor satu, oleh sebab itu, perusahaan-perusahaan seperti ini biasanya mengembangkan strategi:

a. Mengembangkan pasar keseluruhan, hal ini dapat dilakukan dengan cara:

- Mencari konsumen baru dengan cara strategi penerobosan pasar, strategi pasar baru, dan strategi perluasan geografis
- Mencari dan mengenalkan kegunaan baru suatu produk
- Meyakinkan masyarakat konsumen agar menggunakan produk lebih banyak pada setiap kesempatan.

b. Melindungi bagian-bagian pasar yang telah dikuasai.

c. Meningkatkan bagian pasar.

2. Market Challenger menguasai 30% pasar

Perusahaan yang mempunyai urutan kedua atau lebih rendah lagi didalam pasar bisa disebut "runner up" atau "Penyusul". Mereka dapat menyerang Market leader dan pesaing-pesaing lainnya dalam suatu usaha yang gencar merebut bagian pasar, perusahaan inilah yang disebut Market Challenger.

Beberapa strategi penyerangan yang bisa digunakan oleh market challenger :

a. Menetapkan sasaran straregi lawan.

Langkah awal yang harus dilakukan oleh penantang pasar adalah menetapkan sasaran strategis dan memilih lawan yang dihadapi, untuk itu perusahaan harus melakukan analisis persaingan yang sistematis.

b. Memilih strategi penyerangan.

Secara umum ada lima strateg penyerangan yang dapat dipilih dan dilakukan market challenger :

Serangan Frontal. Serangan ini dilakukan dengan mengerahkan seluruh kekuatan yang dimiliki tepat berhadapan dengan lawan.

Serangan melambung. Prinsip pokok darat serangan modern adalah Konsentrasi kekuatan untuk menyerang kelemahan . Ada dua strategi yang dapat dilakukan oleh market challenger yaitu : *serangan geografis*, yaitu serangan-serangan yang ditujukan pada daerah-daerah pemasaran dimana pesaing tidak menanganinya dengan baik. Dan *serangan dengan menutup segmen pasaryang* selama ini belum dipenuhi oleh market leader.

Serangan mengepung merupakan usaha menembus daerah pemasaran lawan,.

Serangan lintas adalah strategi yang paling tidak langsung, serta menjauhkan diri dari gerakan yang mengarah ke pemasaran pesaing.

Serangan gerilya. Serangan ini dilakukan perusahaan-perusahaan yang kekurangan modal dengan menyerang pada berbagai wilayah lawan dengan serangan kecil yang tiba-tiba dan terputus-putus.

3. *Market Follower* 20% pasar

Perusahaan seperti ini lebih suka menawarkan hal-hal yang serupa, biasanya dengan meniru produk perusahaan yang memimpin. Strategi umum yang biasa dilakukan oleh *maeket follower* yaitu:

Mengikuti dari dekat. *Market follower* berusaha menyamai perusahaan pemimpin pasar pada sebanyak mungkin segmen pasar dan wilayah bauran pemasaran.

Mengikuti dari jauh. Dalam strategi ini *market follower* membuat beberapa differensiasi, namun tetap mengikuti *market leader* dalam hal pembauran pasar.

Mengikuti secara selektif. *Market follower* mengikuti dengan dekat beberapa hal yang dilakukan *market leader*, namun pada hal-hal yang lain perusahaan berjalan dengan sendiri.

4. *Market Nicher* menguasai 10% pasar

Perusahaan seperti ini, menyangang berbagai nama seperti; penggarap relung pasar, spesialisasi pasar, perusahaan ambang pintu, atau perusahaan tumpuan. Umumnya *market micher* adalah perusahaan yang mempunyai spesialisasi tertentu dan keahlian yang khas didalam pasar, konsumen, produk atau lini-lini dalam bauran pemasaran.

3. Teori Strategi Generik dan Keunggulan Bersaing

1. PESAING

Pesaing adalah perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang dan jasa yang sama atau mirip dengan produk

yang ditawarkan. Dengan demikian, dalam menjalankan strategi perusahaan yang kompetitif, seorang pengusaha diharapkan untuk terus-menerus mengetahui dan memantau setiap gerak-gerik pesaing.

Dalam karyanya yang paling terkenal *Competitive Strategy*, Michael P. Porter (1997 dan 1998) mengungkapkan beberapa strategi yang dapat digunakan perusahaan untuk dapat bersaing. Beberapa aspek inti dari teori Porter tersebut adalah:

- 1) Persaingan merupakan inti keberhasilan dan kegagalan.
- 2) Keunggulan bersaing berkembang dari nilai yang mampu diciptakan oleh perusahaan bagi pelanggan atau pembeli.
- 3) Ada dua jenis dasar keunggulan bersaing, yaitu biaya rendah dan diferensiasi.
- 4) Kedua jenis dasar keunggulan bersaing diatas menghasilkan tiga strategi generik (Porter, 1997: 11-13)

1. Biaya Rendah.

Strategi ini mengandalkan keunggulan biaya yang relative rendah dalam menghasilkan barang dan jasa. Keunggulan biaya berasal dari:

- Pengerjaan berskala ekonomis
- Teknologi milik sendiri
- Akses preferensi ke bahan baku

2. Diferensiasi

Pada dasarnya diferensiasi adalah tindakan merancang satu set perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dari penawaran pesaing (Kotler, 1997). Diferensiasi dapat dilakukan melalui lima dimensi berikut ini :

- a. *Diferensiasi Produk*, membedakan produk utama berdasarkan keistimewaan, kinerja, kesesuaian,

- daya tahan, keandalan, kemudahan untuk diperbaiki, gaya dan rancangan produk.
- b. *Diferensiasi Pelayanan*, membedakan pelayanan utama berdasarkan kemudahan pemesanan, pengiriman, pemasangan, pelatihan pelanggan, konsultasi pelanggan, pemeliharaan dan perbaikan.
 - c. *Diferensiasi Personil*, membedakan personil perusahaan berdasarkan kemampuan, kesopanan, kredibilitas, dapat diandalkan, cepat tanggap dan komunikasi yang baik.
 - d. *Diferensiasi Saluran*, langkah pembedaan melalui cara membentuk saluran distribusi, jangkauan, keahlian dan kinerja saluran-saluran tersebut.
 - e. *Diferensiasi Citra*, membedakan citra perusahaan berdasarkan perbedaan identitas melalui penetapan posisi, perbedaan lambang dan perbedaan iklan.

3.Focus.

Strategi focus berusaha mencari keunggulan dalam segmen sasaran pasar tertentu meskipun tidak memiliki keunggulan bersaing secara keseluruhan. Terdapat dua focus, yaitu:

- Focus biaya, dilakukan dengan mengusahakan keunggulan biaya dalam segmen sasarannya
- Focus diferensiasi, dilakukan dengan mengusahakan diferensiasi dalam segmen sasarannya, yaitu pembeli dengan pelayanan yang baik dan berbeda dengan yang lain.

4. Identifikasi Pesaing

Tahap ini dilakukan untuk mengetahui jumlah dan jenis serta kekuatan dan kelemahannya pesaing. Identifikasi ini meliputi:

- _ Jenis produk yang ditawarkan
- _ Melihat besarnya pasar yang dikuasai
- _ Identifikasi peluang dan ancaman
- _ Identifikasi keunggulan dan kelemahan

Menemukan sasaran pesaing berdasarkan produk yang ditawarkan pesaing dapat dibedakan menjadi 2, yaitu:

- _ **Pesaing dekat:** perusahaan yang sama atau memiliki produk yang sejenis
- _ **Pesaing jauh:** perusahaan yang memiliki produk yang mirip. Tujuan menemukan sasaran pesaing adalah untuk arah gerak perusahaan dalam menghambat laju pesaing.

4. Identifikasi Strategi Pesaing

Tujuan perusahaan dalam menjalankan usaha adalah untuk memenangkan persaingan. Oleh karena itu, setiap perusahaan memiliki strategi tersendiri untuk mematikan lawannya.

Berikut adalah beberapa strategi yang dijalankan pesaing:

- _ **Strategi menyerang pesaing yang lemah** artinya menyerang perusahaan yang dianggap lemah, baik dalam teknologi, jaringan ataupun modal.
- _ **Pesaing langsung menyerang lawan yang kuat,** penyerangan secara langsung terhadap kelemahan yang dimiliki lawannya.
- _ **Strategi gerilya,** yaitu strategi yang dilakukan pesaing dengan menembak dari belakang dan lari. Strategi semacam ini biasanya dilakukan dengan menunggu lawannya yang sedang lengah.
- _ **Strategi bertahan** terhadap setiap serangan yang dilakukan lawan atau mengimbangi serangan yang

dilakukan lawan. Strategi ini seperti menunggu lawan menyerang lebih dulu,.

Analisis kekuatan dan kelemahan pesaing Identifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing dapat dilakukan melalui tahap-tahap berikut:

- _ Mencari dan mengumpulkan data tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan sasaran, strategi dan kinerja pesaing.
- _ Mencari tahu kekuatan dan kelemahan pesaing dalam hal keuangan, sumber daya manusia, teknologi dan lobi di pasar.
- _ Mengetahui market share yang dikuasai pesaing dan tindakan pesaing terhadap pelanggan.

Identifikasi reaksi pesaing Tindakan pesaing terhadap serangan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan akan ditanggapi secara beragam, mulai langsung membalas, diam, dan berusaha mempelajari lebih dahulu baru membalas.

Strategi menghadapi pesaing Strategi menghadapi pesaing dapat dilakukan dengan cara melemahkan dan menghancurkan pesaing dengan memasang strategi yang kompetitif.

Strategi untuk menghadapi pesaing dapat dilakukan untuk posisi-posisi berikut:

- _ **Strategi pemimpin pasar** meliputi berbagai hal seperti menciptakan produk baru, memberikan promosi, meningkatkan kualitas produk yang sudah ada dan hal-hal lainnya yang belum dilakukan oleh pesaing. **Tujuan** utama yang dijalankan oleh pemimpin pasar adalah menjadi atau tetap nomor satu
- _ **Strategi penantang pasar** merupakan penantang pemimpin pasar. Bukan tidak mungkin posisi pasar yang dipegang oleh pemimpin pasar akan segera diambil oleh penantang pasar.

Tujuan utamadari penantang pasar adalah meningkatkan market share.

_ **Strategi pengikut pasar** adalah pesaing yang hanya mengikuti kegiatan pemimpin dan penantang pasar. **Tujuan** utama yang dijalankan oleh pengikut pasar adalah dengan spesialisasi.

_ **Strategi relung pasar** adalah pemain yang memiliki lingkungan tersendiri tanpa dipengaruhi oleh pesaing lainnya. Posisi ini memiliki celah tersendiri di dalam pasar. **Tujuan** utama yang dijalankan oleh relung pasar adalah dapat hidup terus dengan pertumbuhan sedang.

4. FAKTOR-FAKTOR PENTING KUNCI KEBERHASILAN PERSAINGAN

Secara spesifik, factor-faktor key sukses dapat berasal dari beberapa sumber berikut:

- Karakteristik industri ± Ada persyaratan umum tertentu untuk dapat meraih sukses pada masing-masing industri.
- Strategi persaingan ± Pilihan strategi yang ditetapkan perusahaan akan menentukan factor-faktor kesuksesan yang harus terus menerus dimonitor dan mendapat perhatian yang serius.
- Persoalan spesifik ± Setiap industry atau bidang usaha mempunyai persoalan-persoalan spesifik dengan pihak-pihak tertentu seperti terhadap konsumen, supplier, kreditur, atau pemegang saham.

5. Pesaing Baik dan Buruk

Pesaing yang baik: Meningkatkan total permintaan Berbagi biaya pada pengembangan pasar dan produk Mengesahkan teknologi baru Melayani lebih sedikit segmen pasar yang atraktif Menyediakan lebih banyak produk difrensiasi Menurunkan resiko anti monopoli Meningkatkan kekuatan penawaran melalui peraturan dan pembuatan undang-undang

Pesaing yang buruk: Selalu berupaya untuk berbagi dibandingkan dengan membentuk pasar baru Mengambi resiko yang besar Menciptakan gangguan

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi generic pada dasarnya merupakan pendekatan yang berbeda untuk menciptakan keunggulan. Melalui keunggulan bersaing, perusahaan dapat memiliki kinerja diatas rata-rata perusahaan lain. Keunggulan bersaing merupakan kinerja perusahaan yang dapat tampil diatas rata-rata.

2. STRATEGI THE NEW 7-S'S (D'AVENI)

Konsep "The New 7-S's" atau 7 kunci keberhasilan perusahaan dalam lingkungan persaingan yang sangat dinamis ini meliputi pokok-pokok dasar sebagai berikut:

- a) **Superior stakeholder satisfaction**, dari The New 7-S's ini bertujuan memberikan kepuasan jauh di atas rata-rata kepada orang-orang yang berkepentingan terhadap perusahaan, tidak hanya pemegang saham, namun juga pemasok, karyawan, manajer, konsumen, pemerintah, dan masyarakat sekitarnya.
- b) **Soothsaying** artinya perusahaan harus mencari posisi yang tepat bagi produk dan jasa yang dihasilkan perusahaan.
- c) **Positioning for speed** adalah strategi dalam memosisikan perusahaan secara cepat di pasar.
- d) **Positioning for surprise** adalah membuat posisi yang mencengangkan melalui barang dan jasa baru yang lebih unik dan berbeda serta memberikan nilai tambah baru sehingga konsumen lebih menyukai barang dan jasa yang diciptakan perusahaan.
- e) **Shifting the role of the game** adalah mengubah pola-pola persaingan perusahaan yang dimainkan sehingga pesaing terganggu dengan pola-pola baru yang berbeda.

- f) **Signalling strategic intent** adalah mengutamakan perasaan. Kedekatan dengan karyawan, relasi, dan konsumen merupakan strategi yang ampuh untuk meningkatkan kinerja perusahaan.
- g) **Simultaneous and sequential strategic thrusts** adalah mengembangkan factor-faktor pendorong atau penggerak strategi secara simultan dan berurutan melalui penciptaan barang dan jasa yang selalu memberi kepuasan kepada konsumen.

Kunci utama dari *The New 7-S's* adalah menggunakan inisiatif untuk merebut persaingan. Menurut D'Aveni, *The New 7-S's* menyangkut penciptaan sesuatu yang baru dan berbeda untuk masa yang akan datang. Strategi ini dimaksudkan untuk membatasi strategi dinamis yang dimiliki oleh pesaing. D'Aveni, mengelompokkan *New 7-S's* di atas menjadi tiga kelompok yang sangat efektif untuk mengganggu pasar serta meliputi visi, kemampuan, dan taktik. Kerangka kerja *The New 7-S's* berdasar pada strategi penemuan dan pengembangan keunggulan melalui gangguan pasar, bukan berdasarkan keunggulan yang berkesinambungan dan keseimbangan yang sempurna. Tujuan dari *The New 7-S's* adalah menciptakan gangguan melalui penciptaan keunggulan-keunggulan baru yang berkesinambungan.

BAB.XIV

PASAR DAN PEMASARAN

Pasar dan Pemasaran

Dalam peroses pemasaran ataupun teransaksi tidak lepas dari suatu peroses jual-beli. Jual beli adalah menukar suatu barang dengan barang yang lain dengan cara yang tertentu(akad). Didalam Al-quran surah Al-baqarah:275 yaitu :

مِنَ الشَّيْطَانِ يَتَخَبَّطُهُ الَّذِي يَقُومُ كَمَا إِلاَّ يَقُومُونَ لَا الرِّبَايَا كُلُّونَ الَّذِينَ
جَاءَهُ فَمِنَ الرِّبَاوِ حَرَّمَ الْبَيْعَ اللَّهُ وَأَحْلَى الرِّبَاوِ امِّثْلُ الْبَيْعِ إِنَّمَا قَالُوا بَيْنَهُمْ ذَلِكَ الْمَسْ
لَنَا رِأْصَحْبُ فَأُولَئِكَ عَادُوا مِنَ اللَّهِ إِلَى وَأَمْرُهُ سَلَفَ مَافَلَهُ فَانْتَهَى رَبِّهِ مِنْ مَوْعِظَةِ
خَلِدُونَ فِيهَا هُمْ

275. Orang-orang yang makan (mengambil) riba[174] tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila[175]. keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka Berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang Telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang Telah diambilnya dahulu[176] (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

[174] Riba itu ada dua macam: nasiah dan fadhl. riba nasiah ialah pembayaran lebih yang disyaratkan oleh orang yang meminjamkan. riba fadhl ialah penukaran suatu barang dengan barang yang sejenis, tetapi lebih banyak jumlahnya Karena orang yang menukarkan mensyaratkan demikian, seperti penukaran emas dengan emas, padi dengan padi, dan

sebagainya. riba yang dimaksud dalam ayat Ini riba nasiah yang berlipat ganda yang umum terjadi dalam masyarakat Arab zaman Jahiliyah.

[175] Maksudnya: orang yang mengambil riba tidak tenteram jiwanya seperti orang kemasukan syaitan.

[176] riba yang sudah diambil (dipungut) sebelum turun ayat ini, boleh tidak dikembalikan.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah telah menghalalkan segala sesuatu yang bentuknya menjual dan membeli kecuali peroses transaksi jual-beli dengan tujuan ingin mendapatkan riba atau bertambah.

Pengertian Pasar :

Ada beberapa definisi mengenai pemasaran diantaranya adalah :

- a. Philip Kotler (Marketing) pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.
- b. Menurut Philip Kotler dan Amstrong pemasaran adalah sebagai suatu proses sosial dan managerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain
- c. Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang- barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.

- d. Menurut W Stanton pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli maupun pembeli potensial.

Syarat-syarat terjadinya pasar

- adanya tempat untuk berniaga.
- adanya barang dan jasa untuk di perdagangkan.
- terdapat penjual.
- terdapat pembeli.
- adanya hubungan transaksi jual beli.

Tujuan terbentuknya pasar

- memudahkan konsumem mendapat barang dan jasa tertentu.
- memudahkan produsen menjual hasil produksinya.
- meningkatkan perekonomian.
- Memfasilitasi masyarak.

Pengertian secara sempit

Pasar adalah suatu tempat pertemuan penjual dan pembeli untuk melakukan transasksi jual beli dan jasa. Dalam pengertian yang sederhana atau sempit pasar adalah tempat terjadinya transaksi jual beli (penjualan dan pembelian) yang dilakukan oleh penjual dan pembeli yang terjadi pada waktu dan tempat tertentu.

Pengertian secara luas

Pasar adalah tempat bertemunya penjual yang mempunyai kemampuan untuk menjual barang/jasa dan pembeli yang

melakukan uang untuk membeli barang dengan harga tertentu.

Pengertian secara khusus

1. Sebagai sarana distribusi

Dengan adanya pasar, produsen dapat berhubungan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk menawarkan hasil produksinya pada konsumen.

2. Sebagai pembentuk harga

Di pasar terjadi tawar menawar antara penjual dan pembeli sehingga terbentuklah harga.

3. Sebagai sarana promosi

Dengan berbagai macam cara para produsen memperkenalkan hasil produksi kepada konsumen sehingga para konsumen berniat membeli barang tersebut

Pengertian pasar secara tekstual dalam teori ekonomi mengandung unsur permintaan, penawaran dan harga. Pasar dalam pengertian ini hanyalah sekedar alat teknis untuk mengalokasikan barang dan jasa. *Adam Smith* sebagai orang yang pertama memperkenalkan teori ekonomi pasar menyebutkan bahwa pasar dimaksudkan untuk mengatur pengalokasian sumberdaya yang optimum untuk mencapai tingkat pertumbuhan ekonomi yang tinggi melalui kebebasan individu dan kapital yang dimiliki oleh swasta. Pasar, masih menurut Smith, tidak membutuhkan perencanaan dan pengawasan dari pihak manapun, baik pemerintah atau institusi lainnya, biarkan saja apa adanya dan suatu *invisible hand* akan mengatur kembali kearah keseimbangan.

Namun saat ini pengertian Pasar tidak lagi dianggap sebagai sekedar alat teknis untuk mengalokasikan barang dan jasa, tetapi sudah dianggap sebagai satu-satunya cara yang mungkin untuk mengatur masyarakat, bahkan kekuatan pasar

ini diyakini dapat memecahkan berbagai problem pembangunan dunia. Bahkan beberapa orang percaya bahwa tidak hanya produksi, distribusi dan konsumsi yang tunduk pada pasar, namun juga kehidupan dan kebangsaan pun harus menyesuaikan diri dengan pasar. Perubahan definisi dan makna pasar ini oleh beberapa pakar disebut sebagai kapitalias yang berganti mantel yang kadangkala disebut neoliberal. Pasar Neoliberal tumbuh melintasi batas negara, merasuk ke lembaga pemerintahan, bermetamorfosis pada kapitalis global dan lokal dan ditunjang oleh teknologi informasi yang canggih.

Syarat terjadinya transaksi adalah adanya barang yang diperjual belikan, ada pedagang, ada pembeli, ada kesepakatan harga barang, dan tidak ada paksaan dari pihak manapun.

Jenis-jenis pasar

Jenis-jenis pasar menurut bentuk kegiatan:

Menurut dari bentuk kegiatannya pasar dibagi menjadi 2 yaitu :

- 1) Pasar nyata
- 2) Pasar tidak nyata(abstrak).

- **Pasar Nyata.**

Pasar nyata adalah pasar dimana barang-barang yang akan diperjual belikan dan dapat dibeli oleh pembeli.

Contoh : pasar tradisional dan pasar swalayan.

- **Pasar Abstrak.**

Pasar abstrak adalah pasar dimana para pedagangya tidak menawarkan barang-barang yang akan dijual dan tidak membeli secara langsung tetapi hanya dengan menggunakan surat dagangannya saja. Contoh : pasar online, pasar saham, pasar modal dan pasar valuta asing.

Jenis-jenis pasar menurut jenis transaksinya:

Menurut cara transaksinya, jenis pasar dibedakan menjadi pasar tradisional dan pasar modern.

- **Pasar Tradisional**

Pasar tradisional adalah pasar yang bersifat tradisional dimana para penjual dan pembeli dapat mengadakan tawar menawar secara langsung. Barang-barang yang diperjual belikan adalah barang yang berupa barang kebutuhan pokok.

- **Pasar Modern**

Pasar modern adalah pasar yang bersifat modern dimana barang-barang diperjual belikan dengan harga pas dan dengan layanan sendiri. Tempat berlangsungnya pasar ini adalah di mal, plaza, dan tempat-tempat modern lainnya.

Jenis-jenis pasar menurut jenis barangnya:

Beberapa pasar hanya menjual satu jenis barang tertentu , misalnya pasar hewan, pasar sayur, pasar buah, pasar ikan dan daging serta pasar loak.

Jenis-jenis pasar menurut keleluasaan Distribusi:

Menurut keluasaan distribusinya barang yang dijual pasar dapat dibedakan menjadi:

- Pasar Lokal
- Pasar Daerah
- Pasar Nasional dan
- Pasar Internasional

Dalam pengertian yang sederhana atau sempit pasar adalah tempat terjadinya transaksi jual beli (penjualan dan pembelian) yang dilakukan oleh penjual dan pembeli yang terjadi pada waktu dan tempat tertentu. Atau dapat juga diartikan tempat bertemunya calon penjual dan pembeli.

Sedangkan definisi pasar secara luas menurut W.J. Stanton adalah **orang-orang yang mempunyai keinginan untuk memenuhi kebutuhan, uang untuk belanja serta kemauan untuk membelanjakannya.**

Dari definisi diatas terdapat 3 unsur penting didalam pasar yaitu :

- Orang dengan segala keinginannya
- Daya beli mereka
- Kemauan untuk membelanjakannya

Di pasar antara penjual dan pembeli akan melakukan transaksi. Transaksi adalah kesepakatan dalam kegiatan jual-beli. Pada umumnya suatu transaksi jual beli melibatkan produk/barang atau jasa dengan uang sebagai

alat transaksi pembayaran yang sah dan disetujui oleh kedua belah pihak yang bertransaksi.

Pasar atau konsumen dapat dibedakan menjadi dua golongan, yakni konsumen akhir (pasar konsumen) dan pasar bisnis (pasar industri). Dimana pasar konsumen adalah sekelompok pembeli yang membeli barang-barang untuk dikonsumsi dan bukannya untuk diproses lebih lanjut. Sedangkan pasar bisnis adalah pasar yang terdiri dari individu-individu atau organisasi yang membeli barang untuk diproses lagi menjadi barang lain dan kemudian dijual.

PENGERTIAN PEMASARAN :

Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran dan konsumsi. Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi.

Banyak ahli yang telah memberikan definisi atas pemasaran ini. Definisi yang diberikan sering berbeda antara ahli yang satu dengan ahli yang lain. Perbedaan ini disebabkan karena adanya perbedaan para ahli tersebut dalam memandang dan meninjau pemasaran. Dalam kegiatan pemasaran ini, aktivitas pertukaran merupakan hal sentral. Pertukaran merupakan kegiatan pemasaran dimana seseorang berusaha menawarkan sejumlah barang atau jasa dengan sejumlah nilai keberbagai macam kelompok social untuk memenuhi kebutuhannya. Pemasaran sebagai kegiatan manusia diarahkan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran. Definisi pemasaran ini bersandar pada konsep inti yang meliputi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan permintaan (*demands*). Manusia harus menemukan kebutuhannya terlebih dahulu, sebelum ia

memenuhinya. Usaha untuk memenuhi kebutuhan tersebut dapat dilakukan dengan cara mengadakan suatu hubungan. Dengan demikian pemasaran bisa juga diartikan suatu usaha untuk memuaskan kebutuhan pembeli dan penjual (Swasta, 1996).

Jika harus mendefinisikan pemasaran, kebanyakan orang, mengatakan pemasaran artinya "*penjualan*" atau "*periklanan*". Penjualan atau periklanan hanyalah "*the tip of the marketing iceberg*". Penjualan atau periklanan hanyalah salah satu dari berbagai fungsi pemasaran, dan seringkali bukan merupakan bagian terpenting.

Pemasaran dalam pengertiannya yang lebih luas, didefinisikan sebagai semua kegiatan yang dirancang untuk mendorong dan mengelola segala pertukaran untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan kita.

Dari perspektif bisnis yang lebih sempit pemasaran dapat didefinisikan sebagai sebuah keseluruhan sistem kegiatan bisnis yang dirancang untuk menyediakan sesuatu bagi kelompok, individu, atau organisasi yang memuaskan mereka, guna mencapai tujuan organisasi. Oleh karena itu, pemasaran dalam situasi bisnis bersifat dapat dikelola, merupakan suatu sistem, melibatkan produk, promosi, penetapan harga, dan distribusi (yang perlu di koordinasi), dan dirancang untuk memberikan sesuatu yang memuaskan atau nilai kepada suatu kelompok (pasar sasaran), dan dalam rangka mencapai tujuan organisasi/ individu).

Asosiasi Pemasaran Amerika menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya.

Definisi pemasaran yang paling sesuai secara umum adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya

individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (kotler,1997).

Definisi pemasaran ini bersandar pada konsep inti berikut: kebutuhan (needs), keinginan (wants), dan permintaan (demands); produk (barang, jasa, dan gagasan); nilai, biaya, dan kepuasan; pertukaran; dan transaksi; hubungan dan jaringan; pasar; serta pemasar dan prospek.

Konsep Pemasaran Inti

- Kebutuhan manusia (human need) : keadaan dimana seseorang merasa kehilangan sesuatu.
- Keinginan manusia (human wants): pola kebutuhan manusia yang dibentuk oleh kebudayaan dan kepribadian individu.
- Permintaan : keinginan manusia yang didukung daya beli.
- Produk : segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, untuk dimiliki, digunakan atau di-konsumsi dan yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan, meliputi obyek2 phisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan ide.
- Nilai dan kepuasan: cara konsumen memilih sebagian besar produk yang memenuhi suatu kebutuhan tertentu dengan membuat pilihan pembelian berdasarkan persepsinya mengenai nilai produk.
- Pertukaran : tindakan untuk memperoleh obyek yang diinginkan dari seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai gantinya.
- Transaksi : perdagangan antara dua pihak yang melibatkan setidaknya dua benda/hal yang

bernilai, syarat-syarat yang disepakati, waktu berlakunya perjanjian dan tempat perjanjian.

- Hubungan: pemasar yang bijak bekerja untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan, distributor, dealer, dan pemasok yang bernilai. Mereka membangun ikatan ekonomi dan sosial yang kuat dengan berjanji dan secara konsisten menyerahkan produk bermutu tinggi, layanan yang baik, dan harga yang wajar.
- Pasar : himpunan para pembeli aktual dan potensial dari suatu produk.
- Pemasaran : bekerja dengan pasar untuk mewujudkan per-tukaran demi menawarkan kebutuhan dan keinginan manusia.

Beberapa definisi mengenai pemasaran diantaranya:

1. Menurut Philip Kotler pemasaran atau marketing adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.
2. Menurut William J. Stanton pemasaran adalah keseluruhan sistem dari kegiatan usaha yang ditunjukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli maupun pembeli potensial.

Pemasaran adalah sebuah kegiatan baik secara individu maupun kelompok untuk mendistribusikan, menawarkan hasil produksi kepada konsumen guna memenuhi kebutuhan (needs), keinginan (wants), permintaan (demands) konsumen melalui proses pertukaran agar tercapainya tujuan produsen.

Unsur-unsur dalam pemasaran

1. Pemasaran

Adalah sebuah organisasi atau perorangan yang mempunyai tujuan untuk puas melalui pendistribusian barang dari produsen kepada konsumen. Pemasar dapat berupa:

- a. Produsen (berorientasi terhadap keuntungan).
- b. Organisasi (berorientasi terhadap keuntungan dan kesejahteraan umum).
- c. Pemerintah (berorientasi terhadap kesejahteraan umum).

2. Barang dan jasa

Dalam sebuah pemasaran harus terdapat barang dan jasa yang dipasarkan, barang yang ber sifat kongkret dan jasa yang bersifat tidak kongkret.

3. Pasar

Pasar dijadikan sebagai tempat pemenuh kebutuhan, proses interaksi antara permintaan dan penawaran dari suatu barang dan jasa tertentu sehingga terciptanya penetapan harga keseimbangan dari jumlah barang dan jasa yang di perdagangkan.

4. Negosiasi

Adalah proses interaksi antara produsen atau distributor kepada konsumen untuk dapat memenuhi

kebutuhan guna tercapainya tujuan dan kesepakatan bersama.

Konsep pemasaran

- Kebutuhan
- Keinginan
- Permintaan

Konsep Pemasaran

Konsep-konsep inti pemasaran meliputi: kebutuhan, keinginan, permintaan, produksi, utilitas, nilai dan kepuasan; pertukaran, transaksi dan hubungan pasar, pemasaran dan pasar. Kita dapat membedakan antara kebutuhan, keinginan dan permintaan. Kebutuhan adalah suatu keadaan dirasakannya ketiadaan kepuasan dasar tertentu. Keinginan adalah kehendak yang kuat akan pemuas yang spesifik terhadap kebutuhan-kebutuhan yang lebih mendalam. Sedangkan Permintaan adalah keinginan akan produk yang spesifik yang didukung dengan kemampuan dan kesediaan untuk membelinya.

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran berasal dari dua kata yaitu manajemen dan pemasaran. Menurut Kotler dan Armstrong pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan manajemen adalah proses perencanaan (Planning), pengorganisasian (organizing) penggerakan (Actuating) dan pengawasan.

Jadi dapat diartikan bahwa Manajemen Pemasaran adalah sebagai analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun,

dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan – tujuan organisasi.

BAB XV

RENCANA PEMASARAN (MARKETING PLAN)

Sebelum menyusun marketing plan maka wirausaha harus mengetahui seluk beluk atau konsep-konsep pemasaran dan segala informasi telah dikumpulkan, maka seorang wirausaha baru harus merencanakan pemasaran.

Setiap usaha yang dijalankan baik itu industri maupun jasa, kunci utamanya adalah bagaimana produk yang dihasilkan dapat terjual. Kalau dilihat dari sisi produksi semua yang kita lakukan adalah pengeluaran (ongkos) dan baru akan menjadi pendapatan apabila proses pemasaran yang dilanjutkan dengan transaksi penjualan dapat terjadi.

Sebelum menyusun marketing plan banyak pertanyaan yang harus dijawab, tetapi ada tiga pertanyaan penting yang sangat penting yaitu:

- 1) *Where have we been ?*
- 2) *Where do we want to go?*
- 3) *How do we get there?* (Hisrich-Peters, 1905: 139)

Pertanyaan ini memberitahukan kepada kita di mana posisi kita sekarang, untuk itu perlu dilakukan evaluasi terhadap kinerja dan jika perlu kita dapat melakukan analisis SWOT. Dengan analisis dapat diketahui apa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari lingkungan.

Setelah kita mengetahui posisi kita sekarang, maka kita dapat menentukan strategi pemasaran yang paling tepat dan

dapat menetapkan sasaran marketing untuk masa yang akan datang. Didalam pemasaran kita mengenal konsep yang disebut dengan AIDA+S, yang merupakan kesingkatan dari:

A = *Attention*

I = *Interest*

D = *Desire*

A = *Action*

S = *Satisfaction*

Konsep ini berlaku untuk setiap kegiatan yang dilaksanakan oleh bisnis yang dapat menarik hati konsumen/langganan. Misalnya kegiatan usaha dibidang jasa yang harus membuat konsumen merasa puas, kegiatan melayani konsumen pada sebuah pertokoan atau kegiatan-kegiatan lainnya.

Pertama kali konsumen berhubungan dengan perusahaan tentu muncul lebih dulu perhatian (Attention) misalnya pada saat konsumen lewat di depan sebuah toko. Konsumen tersebut memperhatikan satu jenis barang yang dipajangkan di etalase depan toko, karena itu banyak toko berusaha memberikan tampilan yang semenarik mungkin untuk dapat menarik perhatian. Dengan melihat tampilan yang menarik maka timbul minatnya (Interest), lalu dia masuk kedalam toko. Setelah masuk ke dalam toko dia mencari pelayan dan minta diambulkan barang yang dia ingini. Ini berarti keinginannya (Desire) makin meningkat. Kemudian dia menanyakan berapa harganya, lalu tawar-menawar, cocok harga, langsung dibayar di kas (Action). Setelah barang dibawa pulang ke rumah lalu di pakai (seandainya bentuk pakaian atau dimakan kalau bentuk makanan). Setelah barang tersebut dikonsumsi maka muncul dua kemungkinan konsumen tersebut puas atau tidak puas.

Tujuan dari setiap pemasaran ialah bagaimana barang tersebut dapat terjual dan kemudian memberikan kepuasan bagi konsumen. Jika konsumen puas terhadap barang tersebut atau terhadap pelayanan toko tersebut maka konsumen akan melakukan pembelian ulang. Jika konsumen tidak puas maka dia tidak akan melakukan pembelian ulang dan akan memberikan reaksi negatif serta menginformasikan reaksi negatif itu kepada keluarganya, sahabatnya, sehingga pemasaran produk tersebut tidak mencapai sasaran. Hal ini dapat menimbulkan kegagalan bagi perusahaan.

1. Konsep Pemasaran

Mengapa wirausaha harus melaksanakan konsep pemasaran (*Marketing Concept?*) untuk menjelaskan permasalahan ini, marilah kita menelusuri perkembangan beberapa konsep pemasaran.

Ada lima konsep yang berkembang yaitu Konsep Produksi (*Production Concept*), Konsep Produk (*Product Concept*), Konsep Penjualan (*Selling Concept*), Konsep Pemasaran (*Marketing Concept*), Konsep Sosial (*Societal Concept*).

a. Konsep Produksi (*Production Concept*)

Konsep Produksi ini dilatarbelakangi oleh pemikiran bahwa konsumen menginginkan produk yang harga murah dan mudah didapatkan di mana-mana. Produsen yang menganut konsep ini, akan membuat produksi secara massal (*mass production*), menekankan biaya dengan efisiensi tinggi, biaya tetap yang sangat kecil karena jumlah produksi yang besar, sehingga harga pokok pabrik bisa ditekan dan harga jual lebih rendah dari saingan.

Produsen tipe ini akan mendistribusikan hasil produksinya ke seluruh pelosok agar mudah diperoleh konsumen. Konsep ini merupakan konsep awal dari produsen untuk menguasai pasar. Konsep ini akan sangat berhasil, jika memang belum banyak saingan dan konsumen belum memperhatikan kualitas. Pokoknya yang penting bagi konsumen ialah terpenuhi kebutuhannya (*needs*). Masalah "*wants*" belum diperhatikan.

b. Konsep Produk (*Product Concept*)

Pada saat konsumen sangat membutuhkan barang sehingga akan menjadi langka dipasaran, maka produsen memusatkan perhatian pada teknis pembuatan produk saja. Produsen belum memperhatikan selera konsumen. Produsen hanya membuat barang dengan kemauannya sendiri, hanya menuruti bagaimana selera produsen sendiri. Produsen hanya melihat ke cermin, tidak melihat jendela. Orang melihat cermin hanya memperhatikan wajahnya saja, yaitu ia membuat barang yang cocok dengan kemauannya. Lain halnya melihat jendela, berarti melihat orang yang berada di luar/di jalan, produsen memperhatikan orang lain.

c. Konsep Penjualan (*Selling Concept*)

Di sini produsen membuat barang, kemudian harus menjual barang itu, dengan berbagai teknik promosi. Hal yang penting di sini ialah adanya kegiatan promosi secara maksimal. Paham dari konsep ini ialah, bagaimana barang atau jasa yang dihasilkan dapat terjual.

Contoh lain misalnya serbuk deterjen yang sangat digemari oleh ibu-ibu rumah tangga yang dapat mencuci lebih cepat dan lebih bersih. Yang kadang-kadang konsumen membeli produk tersebut tanpa memperhatikan sisi kesehatan dan lingkungan, jadi keputusan untuk membeli hanya didasari dari informasi-informasi yang gencar melalui media.

d. Konsep Pemasaran (*Marketing Concept*)

Konsep ini berkembang lebih maju dibandingkan dengan konsep penjualan, produsen yang menganut konsep ini akan melakukan strategi dan perencanaan pemasaran yang matang. Produsen akan semakin besar dan produksi dengan sendirinya akan menjadi naik.

e. Konsep Sosial (*Societal Concept*)

The Societal Marketing Concept holds that the organization's task is to determine the needs, wants, and interest of target markets and to deliver the desired satisfactions more effectively and efficiently than competitors in a way that preserves enhances the consumer's and the society's well-being. (Philip Kotler, 1997: 27)

Artinya konsep marketing yang berwawasan sosial adalah konsep yang berusaha memenuhi kebutuhan keinginan dan minat konsumen sehingga dapat memenuhi kepuasan konsumen secara efisien dan efektif dan membuat kehidupan masyarakat menjadi lebih baik.

2. Mengutamakan Pelanggan

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa dunia bisnis sangat memperhatikan pelanggannya. Pada saat ini perusahaan saling bersaing memperebutkan para pelanggan. Dalam situasi buyers market (pembeli menjadi raja), perusahaan harus berjuang untuk mencari dan memelihara langganannya dan ini merupakan hal yang paling penting untuk dapat mempertahankan eksistensi dan mengembangkan usaha.

Untuk memelihara langganannya maka tentu saja langganannya harus memperoleh kepuasan melalui nilai lebih yang diterimanya dibandingkan dengan uang yang dia keluarkan untuk memperoleh sesuatu barang. Nilai yang diterima oleh pelanggan adalah selisih dari *total customer value* (TCV) dikurangi dengan *total customer cost* (TCC). TCV berarti sejumlah manfaat yang diperoleh oleh pelanggan dari suatu produk atau jasa yang dibelinya yang sesuai dengan referensi yang pelanggan punya, sedangkan TCC adalah sejumlah uang atau pengorbanan yang dikeluarkan oleh pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa tertentu. Misalnya seseorang berbelanja barang ke suatu toko tertentu. Dia mengharapkan sejumlah nilai yang akan dia peroleh yaitu berupa mutu

barang tersebut, harga murah, layanan toko memuaskan, kemudahan mencari dan memilih barang di toko tersebut, kemudahan dan rasa aman parkir kendaraan, rasa nyaman didalam toko, dan dia mengeluarkan sejumlah uang untuk memperoleh nilai-nilai tersebut. Jika dibandingkan antara total nilai (revenue) yang dia peroleh dengan total uang yang dia keluarkan lebih menguntungkan maka dia akan memperoleh kepuasan.

Kepuasan atau satisfaction yang dimaksud adalah *satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment resulting from comparing a product's perceived performance (or outcome) in relation to his or her expectations.* (Philip Kotler, 1997: 40).

Artinya kepuasan adalah rasa senang, lega, atau kecewa pelanggan yang membandingkan kesannya terhadap produk atau jasa yang dia beli dihubungkan dengan manfaat yang dia harapkan.

Untuk menjaga kepuasan langganan tersebut maka perusahaan mencoba melakukan apa yang disebut dengan *integrated marketing* (pemasaran terpadu). Philip Kotler, (1997: 23) menyatakan bahwa: *When all the company's departments work together to serve the customer's interests, the result is integrated marketing.* Jadi *integrated marketing* ini berarti suatu keterpaduan diantara para karyawan secara bersama-sama memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen. Oleh sebab itu, seorang pemimpin perusahaan (seorang wirausaha) harus membenahi, mendidik para karyawannya agar semua mempunyai arah, sikap, sasaran untuk memuaskan konsumen. Misalnya bagian produksi harus membuat barang sebaik mungkin menghindari cacat yang ada pada produk yang dihasilkan, setiap bagian melakukan usaha bagaimana meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan, demikian pula karyawan yang ada dibagian depan yang

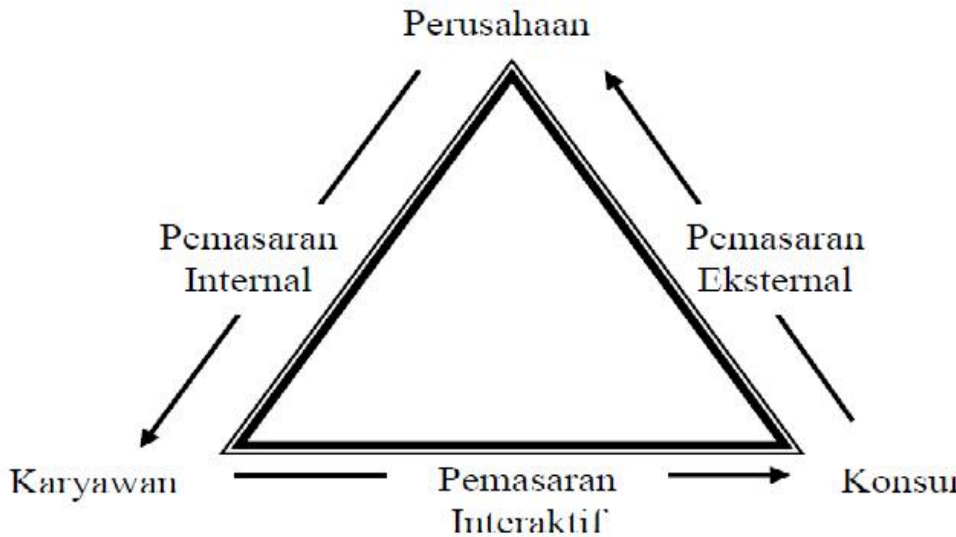
berhubungan dengan pelanggan harus memberikan pelayanan sehingga menimbulkan kesan sebaik mungkin.

Contoh pemasaran terpadu ini dapat dilihat pada pemasaran jasa. Pemasaran jasa tidak hanya membutuhkan pemasaran eksternal tetapi juga pemasaran internal dan interaktif.

External marketing describes the normal work done by the company to prepare, price, distribute, and promote the service to customers. Internal marketing describes the work done by the company to train and motivate its employees to serve customers well. Interactive marketing describes the employees' skill in serving the client. (Philip Kotler, 1997: 473).

Artinya pemasaran eksternal berarti kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menyiapkan, memberi harga, mendistribusikan dan mempromosikan produknya atau jasanya ke konsumen. Pemasaran internal berarti pekerjaan yang dilakukan oleh perusahaan untuk melatih dan mendorong karyawannya agar dapat melayani konsumen sebaik-baiknya. Pemasaran interaktif berarti keterampilan karyawan untuk melayani langganan.

Contoh pemasaran interaktif ialah jasa Arsitektur profesional. Secara teknik seorang arsitek adalah hanya mendesai rumah atau bangunan yang diinginkan oleh pelanggannya, tetapi pelanggan juga mengharapkan keramahan, keterangan yang baik dan detail, termasuk bagaimana arsitek tersebut mengkomunikasikan rancangannya dengan pelanggan. Jadi dalam hal ini sangat penting pelayanan dalam bentuk "high touch" yang juga sama baiknya dengan "high tech". High tech berarti penggunaan perangkat teknologi canggih sedangkan high touch sentuhan-sentuhan profesional yang diberikan oleh pelayanan terhadap pelanggan. Jika digambarkan pemasaran internal dan eksternal dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 6.1 Hubungan Antara Marketing Interaktif

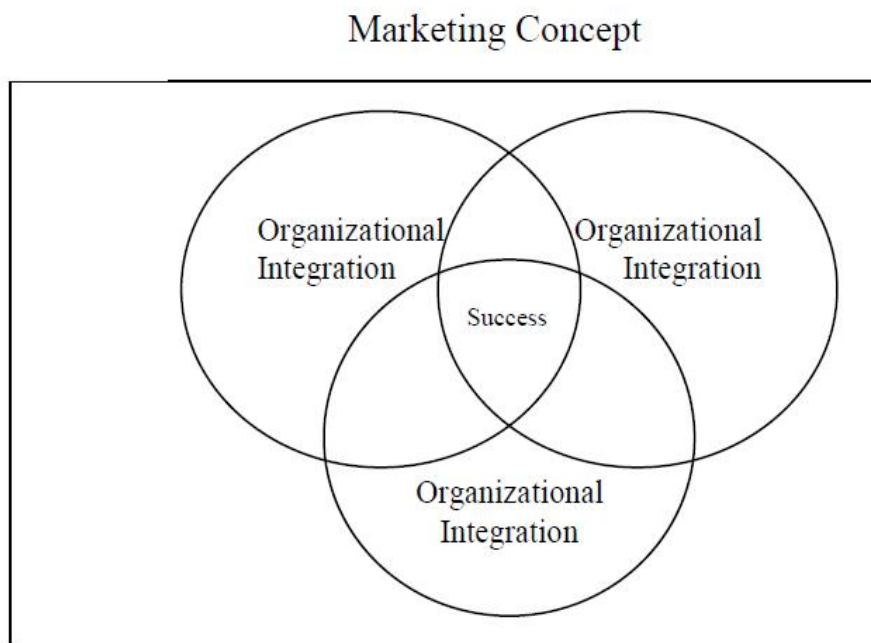
Uraian di atas mengingatkan kepada wirausaha agar tidak memperlakukan karyawan sebagai sumber daya seperti sebuah mesin dalam proses produksi akan tetapi karyawan diperlakukan sebagai individu yang memiliki pemikiran, perasaan, dan kreativitas yang dapat diarahkan dan dikembangkan melalui manajemen yang baik. Sehingga karyawan tersebut menjadi lebih produktif dan meningkatkan nama baik perusahaan serta dapat memelihara kepuasan pelanggan.

3. Tiga Komponen Marketing Concept

Sasaran utama *Marketing Concept* ialah Kepuasan konsumen. Untuk mencapai sasaran tersebut, ada tiga komponen penting yaitu *customer needs and wants*, *organizationally integrated marketing strategy and goals* (Bygrave

1994: 68). Inti dari marketing concept ini ialah bukan membuat konsumen mengikuti keinginan produsen, tapi sebaliknya mengharuskan produsen memahami dan berusaha mengikuti selera konsumen. Konsep ini harus dipegang oleh produsen mulai dari tahapan perancangan produk yang akan dibuat, sehingga produk yang dihasilkan sesuai dengan keinginan konsumen.

Komponen pertama dari marketing konsep adalah orientasi konsumen, yaitu mulai dengan pertanyaan apakah yang ingin dibeli oleh konsumen? Jawabannya adalah kepuasan yang sesuai dengan referansinya (kualitas). Konsumen mencari nilai (value) dan terpenuhi keinginannya. Perhatikan gambar 6.2



Gambar 6.2 Marketing Konsep

Gambar 6.2 Marketing Konsep

Komponen kedua yang membentuk marketing concept ialah organisasi yang terintegrasi, yang utuh. Organisasi adalah kunci sukses perusahaan dengan organisasi yang terintegrasi mulai dari bagian pemasaran dan penjualan sampai dengan bagian produksi, semua karyawan harus tetap satu arah yaitu *customer focus*. Semua orang dari segala bidang, harus mempunyai pandangan sama, langsung atau tidak langsung harus selalu membuat konsumen mempunyai persepsi yang baik terhadap perusahaan. Langkah-langkah yang agak filosofis ini memberikan fondasi yang kuat untuk mengembangkan customer oriented, dalam sebuah organisasi perusahaan.

Komponen ketiga ialah goal achievement. Memang tujuan perusahaan ialah untuk meningkatkan volume penjualan dan revenue (keuntungan), tapi jangan hanya menekankan peningkatan volume dan meningkatkan keuntungan, juga harus membuat kegiatan marketing lebih efektif dan efisien yang menjangkau terhadap penjualan yang menguntungkan. Tujuan lainnya ialah meningkatkan image terhadap perusahaan, dan memperluas market share

4. Tiga Pertanyaan Pokok Dalam Pemasaran

Sebelum anda menyusun rencana pemasaran maka seorang wirausaha harus memahami lebih dulu tentang seluk-beluk, konsep dan ruang lingkup pemasaran untuk mengetahui semua ini maka perlu dijawab tiga pertanyaan dasar dalam pemasaran yaitu:

- *What?*, apa yang dipasarkan yaitu barang atau jasa dengan disertai product knowledge yang sangat baik.
- *Who?*, siapa yang menjadi konsumen dan siapa yang akan memasarkan barang atau jasa tersebut, lembaga-lembaga atau individu-individu.
- *How?*, bagaimana cara memasarkannya.

Guna pembahasan lebih lanjut maka dalam marketing kita kenal tiga pendekatan sebagai lanjutan dari jawaban tiga pertanyaan di atas.

1) Commodity Approach

Pendekatan komoditi, kita harus mengetahui dimana barang tersebut dihasilkan, bagaimana proses pembuatannya, siapa konsumennya dan bagaimana melakukan penjualan, bagaimana system distribusi dan logistic yang dilakukan. Dengan mengulangi prosedur penyelidikan ini untuk segala macam barang, maka kita akan mendapat gambaran dari seluruh kegiatan marketingnya.

2) Institutional Approach

Pendekatan institusi dilakukan dengan mempelajari bermacam-macam lembaga marketing yang ada yang merupakan saluran distribusi dan bagaimana peranannya. Institusi itu misalnya grosir, pedagang dan sebagainya. Kita coba meneliti apa peran mereka dalam pemasaran barang-barang.

3) Functional Approach

Di sini diadakan pendekatan dengan membuat klasifikasi dari kegiatan-kegiatan marketing. Misalnya dalam marketing barang-barang kelontong, ada kegiatan di mana seseorang harus membeli, dan yang lain menjualnya. Ada yang mengangkut, ada yang menyimpan dan sebagainya. Dengan menyelidiki masing-masing fungsi ini, maka kita akan dapat mengetahui apa peranan marketing melalui berbagai fungsinya tersebut.

5. Strategi Pemasaran

Strategi perusahaan adalah keputusan yang diambil dalam perusahaan untuk menentukan sasaran kedepan,

menghasilkan kebijaksanaan dan merencanakan bagaimana mencapai tujuan serta merinci jangkauan bisnis yang akan di capai.

Setelah mengetahui rumusan strategi perusahaan secara umum maka selanjutnya akan kita lihat pengertian strategi pemasaran.

Definisi strategi pemasaran adalah memilih dan menganalisa pasar sasaran yang merupakan suatu kelompok orang yang ingin dicapai oleh perusahaan dan menciptakan suatu bauran pemasaran yang cocok dan yang dapat memuaskan pasar sasaran tersebut.

Dunia pemasaran diibaratkan sebagai suatu medan tempur bagi para produsen dan para pedagang yang bergerak dalam komoditi yang sama maka perlu sekali diciptakan suatu strategi pemasaran, agar dapat memenangkan peperangan tersebut.

Perusahaan perlu menetapkan strategi dasar atau disebut. *grand strategy* atau strategi inti. Jika *grand strategy* ini sudah benar maka diharapkan perusahaan akan berhasil mencapai sasaran tersebut. Diharapkan perusahaan akan dapat menguasai *market share* yang luas ataupun *market position* yang mantap. *Market share* atau pangsa pasar artinya penguasaan luas pasar. Sedangkan *market position* ialah kedudukan yang kokoh dari suatu produk pada suatu pasar. Misalnya mobil-mobil buatan Jepang memiliki pangsa pasar yang luas sedangkan mobil-mobil buatan Jerman memiliki *market position* yang tidak tergoyahkan.

Dalam menyusun strategi pemasaran ada dua variabel utama yang perlu dipertimbangkan, yaitu:

- 1) Variabel yang Dapat Dikontrol
- 2) Variabel yang Tidak Dapat Dikontrol oleh pengusaha adalah:

Variabel yang dapat dikontrol

Variable yang dapat dikontrol oleh wirausaha adalah:

a. Market Segmentation

Di sini pengusaha harus menetapkan strategi arah sasaran dari pemasarannya. Apakah sasaran pemasarannya ditujukan ke seluruh lapisan masyarakat konsumen, atau hanya menetapkan segmen pasar tertentu saja. Dalam masa spesialisasi sekarang ini, orang sukar untuk mengarahkan pemasarannya ke semua jenis konsumen. Taktik ingin menguasai semua kelompok konsumen, malah dapat berakibat sebaliknya, akan mematikan usaha tersebut, karena tidak tercapai omzet penjualan yang memadai seperti diungkapkan berikut:

If you try to sell to everybody, you'll end up with selling to nobody. Jadi jika perusahaan ingin menjangkau semua segmen pasar, maka sasaran target marketnya tidak akan tercapai, karena sekarang muncul spesialisasi barang tertentu untuk segmen tertentu pula.

b. Market Budget

Strategi penetapan jumlah dana untuk kegiatan marketing sangat mempengaruhi keberhasilan pemasaran. Pada umumnya bila dana bertambah untuk kegiatan marketing maka jumlah penjualan meningkat. Namun tidak selalu demikian, bahwa peningkatan dana kegiatan marketing tidak otomatis akan meningkatkan jumlah penjualan. Jika demikian halnya, maka seluruh produsen akan sukses, semua barang akan laku, hanya dengan menambah anggaran belanja marketing.

Berapa besarnya jumlah anggaran belanja marketing, sangat tergantung pada barang yang dipasarkan, dan sesuai pula dengan pengalaman pengusaha. Umumnya untuk barang-barang lux akan

lebih banyak anggaran belanja pemasaran, dibandingkan dengan barang kebutuhan sehari-hari seperti beras, ikan, daging, dan sebagainya. Barang-barang lux membutuhkan banyak biaya marketing, untuk biaya promosi, berupa iklan di surat kabar, radio, spanduk, poster, hadiah, dan sebagainya. Juga biaya personal selling untuk melayani konsumen yang besarnya dapat mencapai 50-60% dari harga jual.

Dana pemasaran yang banyak tidak menjamin penjualan akan meningkat, strategi bagaimana mengenalkan produk ke konsumen dengan menggunakan dana yang seefektif mungkin adalah jalan terbaik.

c. Timing

Di sini para pengusaha harus menjaga waktu, kapan melakukan penetrasi pasar, kapan produk mulai di perkenalkan dan dijual, timing merupakan kunci sukses dalam pemasaran dengan mengetahui kapan waktu yang tepat perusahaan dapat memenangi persaingan. Kita ambil sebuah contoh produk computer dan hand phone memerlukan strategi timing waktu yang tepat, kapan konsumen siap menggunakan teknologi tersebut. Produk yang pertama kali hadir di pasar (first in market) akan menikmati keadaan memonopoli pasar sesaat, tetapi jika timing tidak tepat maka produk akan gagal dipasar.

d. Marketing Mix

Marketing Mix berarti bauran pemasaran yaitu kegiatan mengkom binasikan berbagai variabel kegiatan marketing agar dicapai kombinasi maksimal dan hasil yang paling memuaskan ada empat elemen yang tercakup dalam bauran pemasaran ini yang dikenal dengan elemen 4P:

PI = Product P3 = Place

P2 = Price P4 = Promotion

Variabel yang tidak dapat dikontrol oleh pengusaha adalah:

a. Keadaan persaingan.

Adalah sulit bagi seorang pengusaha meramalkan kapan akan muncul saingan baru dalam produk yang sama. Oleh sebab itu pengusaha tidak boleh lengah dan harus selalu berusaha memperbaiki produk atau pelayanan usahanya agar tidak tersingkir oleh saingan baru.

b. Perkembangan teknologi.

Kapan akan muncul teknologi baru yang membuat proses produksi lebih efisien dan lebih bagus juga sulit diduga. Untuk mengatasi hal ini pengusaha harus mencoba menggunakan teknologi baru lebih cepat dari saingannya.

6. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Para pengusaha yang kreatif, akan selalu menciptakan kombinasi yang terbaik dari elemen 7 P yang menjadi komponen marketing mix. Mereka harus menciptakan dari masing-masing elemen P yang mana yang paling baik, dan paling banyak digunakan dalam strategi pemasarannya.

Elemen 7 P ini terdiri atas 4 P tradisional dan 3 P lagi sebagai tambahan untuk pemasaran jasa. Empat P tradisional berlaku untuk pemasaran barang, rinciannya adalah sebagai berikut:

PI = Product

Produk adalah merupakan titik sentral dari kegiatan marketing. Semua kegiatan marketing lainnya digunakan untuk menunjang pemasaran produk. Satu hal yang perlu diingat ialah bagaimana pun hebatnya usaha promosi distribusi dan harga yang baik jika tidak diikuti oleh produk yang bermutu dan disenangi

oleh konsumen maka kegiatan marketing mix ini tidak akan berhasil. Oleh sebab itu perlu dilakukan sebuah survey yang mendalam akan kebutuhan pelanggan dan siapa yang menjadi pasar utama kita.

P2 = Price

Masalah kebijaksanaan harga turut menentukan keberhasilan pemasaran produk. Kebijaksanaan harga dapat dilakukan pada setiap level lembaga yaitu kebijaksanaan harga oleh produsen, grosir dan retailer. Harga disini adalah harga yang sesuai dengan barang / jasa yang kita jual, karena pelanggan sendiri sudah mempunyai persepsi harga setiap barang /jasa yang mereka beli.

P3 Place = Saluran distribusi

Pola distribusi menentukan keberhasilan sebuah pemasaran, pola distribusi apa yang dipilih, apakah menggunakan distributor yang bukan bagian dari perusahaan, atau distributor yang merupakan cabang dari perusahaan. Semakin terdapatnya distributor disetiap daerah, maka akan menjamin ketersediaan produk di pasar. Untuk mendorong penjualan melalui distributor dapat dilakukan dengan memberikan diskon khusus, bonus, kontes, dan periklanan.

P4 = Promotion

Promosi adalah kunci sukses pemasaran, dengan promosi yang baik dan tepat barang /jasa yang dihasilkan akan di kenal oleh pelanggan. Strategi promosi harus dilakukan dengan baik, baik itu pemilihan media, waktu tayang, sehingga informasi ini tepat pada pelanggan yang dituju. Promosi ini termasuk kegiatan-kegiatan advertising, personal selling, promosi penjualan, publicity, yang

kesemuanya oleh perusahaan dipergunakan untuk meningkatkan penjualan.

P5 = People

Orang disini adalah mereka yang terlibat baik langsung maupun secara tidak langsung dalam usaha pemasaran. Pimpinan secara tidak langsung terlibat dalam pemasaran adalah bagaimana mengambil keputusan yang tepat tentang saluran distribusi, promosi, maupun pengorganisasian pemasarannya. Sedang karyawan yang melayani pelanggan perlu dibekali ilmu dan pelatihan yang cukup agar dapat melayani konsumen sebaik-baiknya.

P6 = Physical Evidence

Bukti fisik yang dimiliki oleh perusahaan adalah untuk meyakinkan pelanggan tentang keberadaan dan existensi. Konsumen akan melihat dan memperhatikan bukti fisik yang dimiliki oleh perusahaan terutama perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Artinya bukti fisik yang dimiliki oleh perusahaan jasa. Misalnya untuk biro perjalanan, konsumen akan memperhatikan kantor biro tersebut termasuk bangunannya, MOU yang mereka jalin dengan perusahaan transportasi maupun hotel, untuk jasa hotel konsumen akan melihat tampilan hotel, kamar, dan berbagai fasilitas yang terdapat didalamnya

P7 = Process

yaitu bagaimana proses dilakukan mulai dari pembuatan barang sampai barang tersebut sampai ditangan konsumen. Konsumen sangat peduli dengan bahan baku yang digunakan, proses pembuatan, sampai dengan sistem pengiriman, dan sebagainya.

Ketujuh P ini perlu kombinasi yang sesuai dengan keadaan komoditi yang diusahakan. Kombinasi mana yang akan digunakan, sangat tergantung pada keahlian tim marketing, dengan mempertimbangkan komoditi, pimpinan, keuangan, serta pengalaman masa lalu.

7. Menyusun Marketing Plan

Setelah wirausahawan memahami beberapa konsep pemasaran, maka selanjutnya dapat disusun *marketing plan*. *Plan* berarti merencanakan. Esensi *planning* tidak lain adalah pengambilan keputusan (*decision making*). Eksekutif marketing harus mampu menyusun *core strategy* (strategi inti) perusahaan untuk tahun yang akan datang.

Manajer pemasaran jangan meniru saja, mengulang kembali strategi tahun yang lalu. Akan tetapi, harus mau memikirkan strategi lain yang mungkin lebih baik, mencari dan melakukan inovasi terhadap strategi yang ada. Namun, tidak pula berarti strategi yang lalu harus diganti. Jika memang cocok teruskan, tetapi harus mau memikirkan modifikasi strategi baru agar ada perbandingan sebagai alternatif.

Format Marketing Plan

Format marketing plan tentu tidak sama pada semua perusahaan, karena kegiatan usahanya berbeda. Akan tetapi, yang penting adalah *core strategy-nya*, sedangkan format berikut ini adalah sebagai rambu-rambu saja. Marketing plan memuat hal-hal sebagai berikut:

a. Evaluasi Keadaan (*Self Evaluation*)

Wira usaha harus mengevaluasi keadaan sekarang, meliputi bagaimana penjualan tahun-tahun yang lain, organisasi perusahaan, saluran distribusi, promosi, dan sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan. Dengan SE

wirausaha akan mengetahui persis keadaan dan kondisi yang ada.

b. Analisa situasi (S.W.O.T)

Setelah melakukan evaluasi keadaan wirausaha akan dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman. Dengan melakukan analisis SWOT akan diketahui akar permasalahan dan kendala yang dihadapi oleh perusahaan.

c. Tujuan Pemasaran (*Marketing Objectives*)

Tujuan pemasaran perusahaan tentu beraneka ragam sesuai dengan kepentingan perusahaan masing-masing. Sebagai contoh dapat dikemukakan tujuan pemasaran, mempertahankan posisi perusahaan sebagai market leader, atau memperluas penguasaan market.

d. Strategi inti (*Core Strategy*)

Adalah strategi utama yang diambil oleh para pengambil keputusan setelah dilakukan analisis yang tajam dan perhitungan yang baik. Setiap perusahaan akan menggunakan strategis yang berbeda, budget, waktu dan penguasaan pasar sangat menentukan strategi yang diambil.

e. Jadwal Pelaksanaan (*Action Plan*)

Jadwal pelaksanaan menentukan kapan langkah-langkah dalam strategi pemasaran dilaksanakan. Action plan harus menjawab beberapa pertanyaan:

- What, apa tugas yang harus dilakukan?
- Who, siapa orang yang harus bertugas dan bertanggung jawab?
- When, kapan pekerjaan harus dilaksanakan dan harus selesai?
- Where, jika diperlukan di mana percobaan pasar akan dilakukan?
- How, bagaimana cara melaksanakan tugas tersebut?

Semua kegiatan di atas bertitik tolak dari strategi inti yang telah ditetapkan.

f. Anggaran Pemasaran (*Marketing Budget*)

Di dalam marketing budget dengan jelas harus dinyatakan besar biaya yang diperlukan jenis kegiatan pemasaran untuk berbagai teknik promosi, melakukan riset pemasaran, dan sebagainya.

Jika diperlukan, rincian biaya disusun untuk masing-masing item kegiatan dalam pemasaran, sehingga pengawasan dan pengontrolan kegiatan dan pembiayaan dapat dilakukan dengan baik.

Dengan melakukan format pemasaran yang baik perusahaan akan berhasil dalam memasarkan barang atau jasa yang mereka hasilkan.

BAB. XVI

Study Kelayakan Usaha

Pengertian studi kelayakan usaha

Studi kelayakan usaha merupakan kegiatan untuk mempelajari secara mendalam, artinya meneliti secara sungguh-sungguh data dan informasi yang ada, yang kemudian mengukur, menghitung dan menganalisis hasil penelitian tersebut dengan menggunakan metode-metode tertentu. Dan penelitian yang dilakukan terhadap usaha yang akan dijalankan menggunakan ukuran tertentu, sehingga diperoleh hasil yang maksimal.

Istilah kelayakan mengandung arti, bahwa peneliti yang dilakukan secara mendalam dengan tujuan untuk menentukan apakah usaha yang dijalankan akan member manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang akan dikeluarkan. Dengan kata lain, kelayakan dapat berarti bahwa usaha yang dijalankan akan menentukan memberikan keuntungan financial dan non financial sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Lebih lanjut, istilah layak juga berarti bahwa suatu usaha juga dapat memberikan keuntungan tidak hanya bagi perusahaan yang menjalankan, tetapi juga bagi investor, kreditor, pemerintah dan masyarakat luas. Dengan demikian

dalam suatu studi kelayakan usaha akan menyangkut 3 aspek, yaitu

1. Manfaat ekonomis usaha tersebut bagi usaha itu sendiri (manfaat financial). Yang berarti apakah usaha tersebut dipandang cukup menguntungkan apabila dibandingkan dengan resiko usaha tersebut
2. Manfaat ekonomis usaha tersebut bagi Negara tempat usaha itu dilaksanakan (manfaat ekonomi nasional). Yang menunjukkan manfaat usaha tersebut bagi ekonomi makro suatu Negara
3. Manfaat social usaha tersebut bagi masyarakat disekitar usaha.

1. Tujuan dan manfaat studi kelayakan usaha :

- 1) Tujuan studi kelayakan usaha ada 5 tujuan, pentingnya melakukan studi kelayakan usaha :

1. Menghindari resiko kerugian

Studi kelayakan bertujuan untuk menghindari resiko kerugian keuangan dimasa datang yang penuh ketidakpastian. Kondisi ini ada yang dapat diramalkan akan terjadi atau terjadi tanpa dapat diramalkan. Dalam hal ini fungsi studi kelayakan adalah untuk meminimalkan resiko yang tidak diinginkan, baik resiko yang dapat dikendalikan maupun yang tak dapat dikendalikan.

2. Memudahkan perencanaan ramalan tentang apa yang akan terjadi dimasa yang akan datang, dapat mempermudah dalam melakukan perencanaan.

Perencanaan tersebut meliputi :

- Berapa jumlah dana yang diperlukan
- Kapan usaha akan dijalankan
- Dimana lokasi yang akan dibangun
- Siapa yang akan melaksanakan

- Bagaimana cara melaksanakannya
 - Berapa besar keuntungan yang akan diperoleh
 - Bagaimana cara mengawasinya jika terjadi penyimpangan
3. Memudahkan pelaksanaan pekerjaan berbagai rencana yang sudah disusun akan memudahkan dalam melaksanakan usaha. Rencana yang sudah disusun akan dijadikan acuan dalam mengerjakan setiap tahap usaha, sehingga suatu pekerjaan dapat dilakukan secara sistematis dan dapat tepat sasaran serta sesuai rencana
 4. Memudahkan pengawasan pelaksanaan usaha yang sesuai rencana yang akan memudahkan untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya usaha. Pengawasan ini perlu dilakukan agar tidak terjadi penyimpangan dari rencana yang telah disusun. Disamping itu, pelaksanaan usaha dapat dilakukan secara sungguh-sungguh, karena ada yang mengawasi
 5. Memudahkan pengendalian adanya pengawasan dalam pelaksanaan pekerjaan dapat terdeteksi terjadinya suatu penyimpangan, sehingga dapat dilakukan pengendalian atas penyimpangan tersebut. Tujuan dari pengendalian ini untuk mengendalikan pelaksanaan pekerjaan yang melenceng, sehingga tujuan perusahaan akan tercapai.

Pihak-pihak yang berkepentingan dalam kelayakan usaha:

Perusahaan yang melakukan studi kelayakan usaha akan bertanggungjawabkan hasilnya kepada berbagai pihak yang berkepentingan yaitu:

1. Investor

Jika hasil studi kelayakan yang telah dibuat ternyata layak untuk direalisasikan, pendanaan dapat dimulai dengan mencari investor atau pihak modal yang mau menanamkan

modalnya. Bagi investor, hasil studi kelayakan memiliki arti tersendiri, karna investor akan mempelajari laporan tersebut untuk memastikan keuntungan yang akan diperoleh serta jaminan keselamatan atas modal yang akan ditanamkannya.

Future Value (FV)

Untuk mengetahui nilai uang yang akan diterima di masa yang akan datang

Rumus:

$$FV_n = PV (1+k)^n$$

dimana:

FV_n = Future Value pada periode n

PV = Present Value

k = suku bunga

n = periode waktu

Contoh:

Seorang wirausaha menginvestasikan uang Rp. 1.000.000,00 ke dalam usaha jagung baker yang menghasilkan suatu tingkat keuntungan 20% pertahun. Tingkat keuntungan

ini tetap selama 3 tahun. Berapakah nilai uang tersebut 3 tahun mendatang?

Gregorius 11 Sandy Dharma Kuncara

$$FV_3 = PV (1+k)^3$$

$$FV_3 = 1.000.000,00 * (1 + 20\%)^3$$

$$FV_3 = 1.000.000,00 * 1,728$$

$$FV_3 = 1.728.000,00$$

2. Lembaga keuangan

Jika modal perusahaan berasal dari dana pinjaman bank atau lembaga keuangan lainnya, maka lembaga-lembaga tersebut akan

berkepentingan atas hasil studi kelayakan. Bank dan lembaga keuangan lainnya tidak mau member kredit atau pinjaman, bila suatu usaha tersebut dikemudian hari mempunyai masalah (kredit macet). Oleh karena itu, untuk usaha-usaha tertentu pihak perbankan akan melakukan studi kelayakan terlebih dahulu secara mendalam sebelum pinjaman dikucurkan kepada pihak peminjam

3. Pemerintah

Bagi pemerintah pentingnya studi kelayakan adalah untuk meyakinkan apakah usaha yang akan dijalankan akan memberikan manfaat baik bagi perekonomian secara umum maupun gaji masyarakat luas seperti penyediaan lapangan pekerjaan. pemerintah juga berharap usaha yang akan di jalankan tidak merusak lingkungan sekitarnya, baik terhadap manusia dan lingkungan hidup lainnya.

4. Masyarakat Luas

Bagi masyarakat luas, adanya bisnis akan memberikan manfaat seperti tersedia lapangan kerja, baik bagi pekerja di sekitar lokasi proyek maupun bagi masyarakat lainnya. manfaat lain adalah terbukanya wilayah tersebut dari ketertutupan. Dengan adanya usaha akan memancing munculnya sarana dan prasarana bagi masyarakat.

2) Manfaat Studi kelayakan Usaha

Manfaat studi kelayakan dapat di bedakan karena dua pihak yang berkepentingan atas studi kelayakan itu sendiri, yaitu:

- a. Memberikan pengetahuan tentang cara berfikir yang sistematis (runtut) dalam menghadapi suatu masalah (problem) dan mencari jawabannya (solusi)
 - b. Menerapkan berbagai disiplin ilmu yang telah di pelajari sebelumnya dan menjadikannya sebagai alat bantu dalam penghitungan/pengukuran,penilaian dan pengambilan keputusan
 - c. Mengerjakan studi kelayakan berarti mempelajari suatu objek bisnis secara komprehensif sehingga penyusunannya akan mendapatkan pembelajaran dan pengalaman yang sangat berharga.
- 3) Proses dan Tahap Studi Kelayakan
- Langkah-langkahnya:
1. Tahap Penemuan Idea tau Perumusan Gagasan
Dalam tahap ini wirausaha memiliki ide untuk merintis usaha barunya.Ide tersebut kemudian dirumuskan dan diidentifikasi dalam bentuk pemikiran dan kemungkinan-kemungkinan bisnis apa saja yang paling memberikan peluang untuk di lakukan dan menguntungkan dalam jangka waktu yang panjang
 2. Tahap Memformulasikan Tujuan
Dalam tahap ini adalah tahap perumusan visi dan misi
 3. Tahap Analisis
Tahap ini merupakan tahap penelitian,yaitu proses sistematis yang dilakukan untuk membuat suatu keputusssan apakah bisnis tersebut layak di laksanakan atau tidak
 4. Tahap Keputusan

Merupakan tahap akhir yang merupakan pembuatan keputusan untuk melaksanakan atau tidak suatu bisnis.

4) Aspek-aspek dalam penilaian

Tahap-tahap dalam pembuatan dan penilaian studi kelayakan hendaknya dilakukan secara benar dan lengkap. Setiap tahapan memiliki berbagai aspek yang harus diteliti, diukur dan dinilai sesuai dengan ketentuan. Secara umum prioritas aspek-aspek yang perlu dilakukan dalam studi kelayakan adalah:

1. Aspek hukum

Dalam aspek ini yang akan dibahas adalah masalah kelengkapan dan keabsahan dokumen perusahaan, mulai dari bentuk badan usaha sampai ijin-ijin yang dimiliki. Kelengkapan dokumen sangat penting karena hal ini merupakan dasar hukum yang harus dipegang, apabila dikemudian hari timbul masalah. Keabsahan dan kesempurnaan dokumen dapat diperoleh dari pihak-pihak yang menerbitkan atau mengeluarkan dokumen tersebut.

Dokumen yang diperlukan meliputi:

- Akte Pendirian Perusahaan dari Notaris
- Bentuk badan usaha, serta keabsahannya dan bentuk badan usaha tertentu, seperti PT dan Yayasan harus disahkan oleh Departemen Kehakiman
- Tanda Daftar Perusahaan (TDP)
- Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

Di samping dokumen di atas, perusahaan juga perlu memiliki ijin-ijin tertentu, yaitu

Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP), diperoleh melalui Departemen Perdagangan

- Surat Ijin Usaha Industri (SIUI), diperoleh melalui Departemen Perindustrian
- Ijin domisili, diperoleh melalui kelurahan setempat
- Ijin mendirikan bangunan (IMB), diperoleh melalui pemerintah daerah setempat
- Ijin gangguan, diperoleh melalui kelurahan setempat.

Selain itu juga dibutuhkan beberapa dokumen penting lainnya, antara lain:

- Bukti diri (KTP/SIM)
- Sertifikat tanah
- Bukti Kepemilikan Kendaraan Bermotor (BPKB)

2. Aspek Pasar dan Pemasaran

Setiap usaha yang akan di jalankan harus memiliki pasar yang jelas. Dalam aspek pasar dan pemasaran, hal-hal yang perlu dijabarkan adalah:

- Ada tidaknya pasar (konsumen)
- Seberapa besar pasar yang ada
- Peta kondisi pesaing, terutama untuk produk yang sejenis
- Perilaku konsumen
- Strategi yang dijalankan untuk memenangkan persaingan dan merebut pasar yang ada.

Untuk mengetahui ada tidaknya pasar dan seberapa besarnya pasar, serta perilaku konsumen, maka perlu dilakukan riset pasar, dengan cara :

- Melakukan survey dengan terjun langsung ke pasar untuk melihat kondisi pasar yang ada. Dalam hal ini untuk mengetahui jumlah pembeli dan pesaing.

- Melakukan wawancara dengan berbagai pihak yang dianggap memegang peranan, dalam hal ini melakukan wawancara kepada pesaing secara diam-diam.

3. Aspek keuangan

Dalam aspek keuangan, hal-hal yang perlu digambarkan adalah jumlah investasi, biaya-biaya dan pendapatan yang akan diperoleh. Besarnya investasi berarti jumlah dana yang dibutuhkan, baik untuk modal investasi pembelian aktiva tetap maupun modal kerja, selain itu juga biaya-biaya yang diperlukan selama umur investasi dan pendapatan. Untuk dapat melakukan penilaian investasi, maka sebuah perusahaan harus membuat laporan keuangan. Adapun fungsi laporan keuangan secara umum adalah

- Memberikan informasi keuangan tentang jumlah aktiva dan jenis-jenis aktiva
- Memberikan informasi tentang jumlah kewajiban dan jenis-jenis kewajiban dan jumlah modal
- Memberikan informasi tentang hasil usaha yang tercermin dari jumlah pendapat yang diperoleh dan sumber-sumber pendapatan.
- Memberikan informasi tentang jumlah biaya yang dikeluarkan berikut jenis-jenis biaya dalam periode tertentu
- Memberikan informasi tentang perubahan-perubahan yang terjadi didalam aktiva, kewajiban dan modal didalam suatu perusahaan.

- Memberikan informasi tentang kinerja manajemen dalam suatu periode dari hasil-hasil laporan keuangan yang disajikan.

4. Aspek teknik / operasi

Dalam aspek teknis atau operasi, hal-hal yang perlu digambarkan adalah :

Lokasi usaha

Lokasi merupakan tempat melayani konsumen. Dengan demikian, maka perlu dicari lokasi yang tepat sebagai tempat usaha, karena akan memberikan keuntungan sebagai berikut:

- Pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat lebih memuaskan
- Kemudahan dalam memperoleh tenaga kerja yang diinginkan, baik jumlah dan kualitasnya
- Kemudahan dalam memperoleh bahan baku atau bahan penolong dalam jumlah yang diinginkan secara terus menerus
- Kemudahan untuk memperluas lokasi usaha karena biasanya sudah diperhitungkan untuk usaha perluasan lokasi sewaktu-waktu
- Memiliki nilai atau harga ekonomis yang lebih tinggi dimasa yang akan datang.

5. Aspek ekonomis social

Gambaran dalam aspek ekonomi adalah untuk melihat seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan jika proyek tersebut dijalankan. Pengaruh tersebut terutama terhadap ekonomi secara luas serta dampak sosialnya terhadap masyarakat secara keseluruhan.

6. Aspek dampak lingkungan

Aspek dampak lingkungan merupakan analisis yang paling dibutuhkan pada saat ini, karena setiap proyek yang dijalankan akan memiliki dampak yang sangat besar terhadap lingkungan disekitarnya, antara lain:

- Dampak terhadap air
- Dampak terhadap tanah
- Dampak terhadap udara
- Dampak terhadap kesehatan manusia.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2000. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Bambang Riyanto. 1992. *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Basu Swastha, Ibnu Sukotjo E. 1995. *Pengantar Bisnis Modern*. Liberty, Yogyakarta.
- Biro Pusat Statistik. 2008. *Statistik Indonesia*. BPS, Jakarta.
- Bambang Rudito & Melia Famiola, 2007. *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia*.
- Bertens. K, 2000. *Pengantar Etika Bisnis*, Penerbit Kanisius.
- Devid H. Bangs. *Pedoman Perencanaan Usaha*. Erlangga, Jakarta.

- Dun Steinhoff, John F. Burgess. 1993. *Small Business Management Fundamentals 6th ed.* McGraw Hill Inc, New York.
- Carol Kinsey Goman. 1991. *Kreativitas Dalam Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Drucker, Peter F. 1996. *Inovasi dan Kewirausahaan*. Jakarta : Erlangga.
- Dawabah Asyraf. M, 2005. *The Moslem Entrepreneur, Kiat Sukses Pengusaha*
- Stewart David, 1966, *Business Ethic*, McGraw Hill Companies, Inc
- Hadhiri Choiruddin SP, 1993. *Klasifikasi Kandungan Al-Qur'an*, Gema Insani Press.
- Hermant Laura Pincus, 1998. *Perspective in Business Ethics*, Irvin McGraw Hill
- John Kao. *Entrepreneurship Creativity & Organisasi*. John Kao, Prentice Hall, Englewood. New Jersey.
- Lambing, Peggy, dan Charles L. Kuehl. 2000. *Entrepreneurship*. Prentice Hall International Inc, New Jersey.
- Masykur Wiratmo. 2001. *Pengantar Kewirausahaan*. BPFE, Yogyakarta.

M.J. Morris. 1995. *Usaha Kecil yang Berhasil : Bagaimana Mempersiapkannya*. Arcan, Jakarta.

Ritonga. M.T. 2007. *Ekonomi untuk SMA Kelas XII* . Bandung: Phibeta.

Suryana, M.Si.Drs. 2006. *Kewirausahaan*. Bandung :Salemba empat.

Soeparman, Soemahamidjaja. 1990. *Membina Sikap Mental Wirausaha*. Gunung Jati, Jakarta.

Suryana. 2003. *Kewirausahaan : Pedoman Praktis, Kiat, dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat, Jakarta.

Tim Multitama Communication, 2006. *Islamic Business Strategy for Entrepreneurship*, Zikrul Media Intelektual.

Undang-undang Republik Indonesia, No. 9 Tahun 1995 *Tentang Usaha Kecil*. Lembaran Negara, Jakarta.

Wasty soemanto, M.pd. Drs. 2002. *pendidikan wiraswasta*. PT. Bumi aksara

Zimmerer, W. Thomas, Norman M. Scarborough. 1996. *Entrepreneurship and The New Venture Formation*. Prentice Hall International Inc, New Jersey.

.Zimmerer, Thomas W. Norman, Scarborough. 1996. *Enterpreneurship The New Venture Forination*. Prentice Hall International Inc.

- Salam,abd.2011.*Manajemen kewirausahaan*.Unismuh: makassar
- Erni. 2011. Mengenal tentang proses Kewirausahaan (online).
(<http://ernirismayana.blogspot.com/2011/12/kewirausahaan.html>)
1 November 2013
- Ghazali. 2008. Proses Kewirausahaan (online)
(<http://muhammadghazali-wordpress.com/2008/03/15/proses-kewirausahaan/>) 2 November 2013
- Renald. 2009. Mengenal Proses kewirausahaan.(online).
(<http://bonteng.wordpress.com/2009/11/16/proses-kewirausahaan/>) 1 november 2013
- Wikipedia. 2013. kewirausahaan (online).
(<http://id.wikipedia.org>). 1 November 2013
- Hadi, Yunus. 2011. *Pengertian, Manfaat, Fungsi, dan Prinsip*.
Diakses dari internet
(<http://yunushadi.blogspot.com/2011/10/pengertian-manfaat-fungsi-dan-prinsip.html>).
- Wikipedia.*Kewirausahaan*.Diakses dari dari internet
(<http://id.wikipedia.org/wiki/Kewirausahaan>).
- , 2013. *Pengertian Kewirausahaan Menurut Para Ahli*.Diakses dari Internet
(<http://www.pengertianahli.com/2013/08/pengertian-kewirausahaan-menurut-para.html>).
- , *Perkembangan Kewirausahaan*. Diakses dari internet
(http://belnokov.narotama.ac.id/download_materi)

_pembelajaran/PERKEMBANGAN%20KEWIRAUS
AHAAN%20II.pdf).

----- .*Kewirausahaan*.Diakses dari internet
([http://www.slideshare.net/lielo23/pokok-bahasan-3-
kewirausahaan](http://www.slideshare.net/lielo23/pokok-bahasan-3-kewirausahaan))



ALAUDDIN UNIVERSITY PRESS



9 786022 378075